REPORTAJE ESPECIAL: REDES SOCIALES Y EL PODER DE LOS CONSUMIDORES

Profeco 35 años contigo

REVISTA DEL

CONSUMIDOR

revistadelconsumidor.gob.mx

EL LABORATORIO PROFECO REPORTA:

Calentadores de agua

Te decimos el **costo** en consumo de **gas** de 33 modelos

ESTUDIO DE CALIDAD:

Croquetas para cachorros

¿**Qué marcas** ofrecen de verdad una alimentación balanceada?

Celebridad consumidora:

¡EL CHEF OROPEZA!

NUESTRA **PRIMERA PORTADA** NOVIEMBRE DE 1976

EDICIÓN ESPECIAL 35 ANIVERSARIO

Noviembre de 2011 Núm. 417 $25
7 509997 078342 00417
Exhibir hasta el 30 de noviembre ISSN 0185-8874

¡Todo el consumo inteligente en tu tableta!

REVISTA DEL CONSUMIDOR MÓVIL

Sí, a partir de esta edición encuentra la **Revista del Consumidor en formato digital** disponible para **iPad** y dispositivos con sistemas **Android** y **BlackBerry**.

Se trata de la misma revista que lees en papel pero mucho más interactiva: **descarga videos de las Tecnologías Domésticas Profeco, del Platillo Sabio Profeco, reportajes, Webcast, Podcast y mucho más.**

Entra a tu tienda virtual y descubre qué fácil es hojear la **Revista del Consumidor** desde tu tableta.

También, como regalo de nuestro 35 aniversario, encuentra nuestro primer número: la Revista del Consumidor de noviembre de 1976.

¡Descubre cómo empezó la historia!

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
Larga distancia sin costo

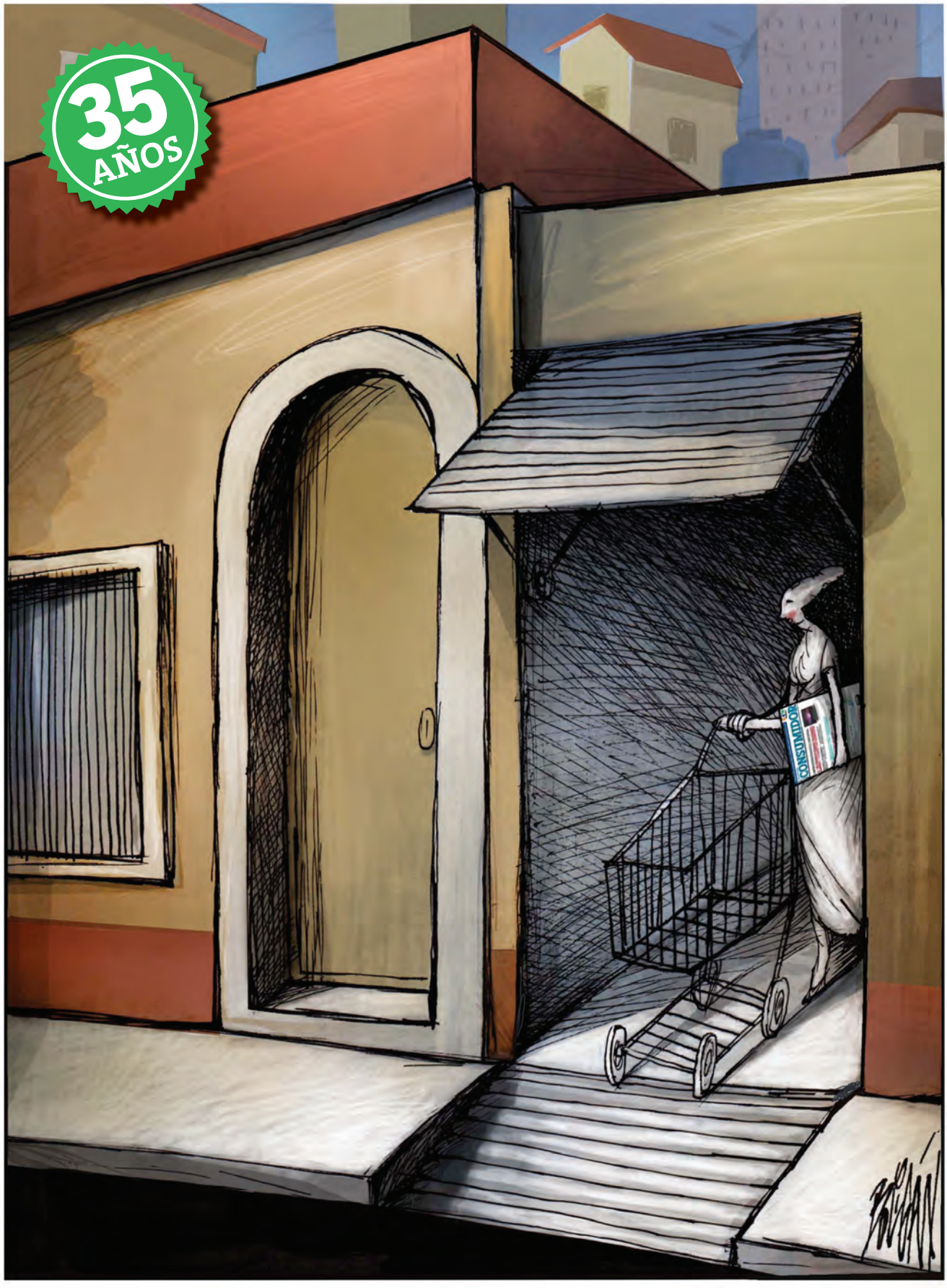
Profeco
35 años contigo

Gobierno Federal

SE

Estados Unidos Mexicanos

UNA LARGA Y FELIZ RUTINA HOGAREÑA por **Boligán**



REVISTA DEL
CONSUMIDOR

SUMARIO

Noviembre
de 2011
Núm. 417

NOVIEMBRE DE 1976: SALE A LA VENTA EL PRIMER EJEMPLAR

FELICES 35

¿Te parece peculiar la portada? Es un homenaje a la primera **Revista del Consumidor**, la de 1976.

EL LABORATORIO **PROFECO** REPORTA

40 ALIMENTO SECO PARA CACHORROS

Por fin uno de los estudios de calidad más solicitados. ¿Qué le das de comer a tu perrito en cada bolsa de croquetas?

EL LABORATORIO **PROFECO** REPORTA

54 CALENTADORES DE AGUA

Si estás por cambiar tu bóiler porque gasta mucho gas, lee antes nuestro estudio de calidad

06 ESTA ES TU VOZ
Tus cartas, tus debates, tu voz

12 CONTENIDO NETO
Desde los hitos en la historia de la Revista del Consumidor hasta lo más destacado del mundo del consumo

16 PUBLICIDAD ENGAÑOSA
Descubre las estrategias de las que se valen las aerolíneas y agencias de viaje para engancharte

36 ANEXO LABORATORIO PROFECO DECÁLOGO DEL BUEN AMO
¿Eres el mejor amigo de tu perro? Si tienes dudas te invitamos a atender estas diez recomendaciones

52 REPORTAJE CONSUMIDOR EMPODERADO
A muchas marcas les preocupa lo que escribes de ellas en tu Facebook y Twitter. Y esto te otorga un valioso poder

76 PROFECO CERCA DE TI
Una sección para que conozcas mejor los servicios y canales de contacto que Profeco tiene para ti

72 PEQUEÑOS CONSUMIDORES
Conoce los significados de los elementos que componen y la ofrenda de Día de Muertos e ¡instálala tú mismo!

80 EL TURNO DE
Chef Oropeza, el carismático personaje nos comparte la receta que lo distingue como consumidor

La privacidad es tu derecho

REGISTRO PÚBLICO DE CONSUMIDORES

En solo 60 segundos inscribe los números telefónicos fijos, de celular o de fax, en los que no deseas recibir publicidad o que sean utilizados con fines mercadotécnicos o publicitarios.

Solo sigue dos pasos:

Paso 1

Desde el teléfono al que ya no quieres recibir esas llamadas, marca **9628 0000** si vives en el DF, Guadalajara o Monterrey, **o al 01 800 962 8000** larga distancia sin costo desde el resto **del país**, las 24 horas, los 365 días del año. Te contestará un sistema automatizado.

Paso 2

Elige el sector del cual no deseas recibir llamadas: telecomunicaciones, turismo o comercial, y marca **1**, **2** o **3** según sea el caso, o marca **4** para elegirlos a todos. En 30 días deberán dejar de marcarte.

Y si una empresa te vuelve a llamar después de registrarte, denúnciala al Teléfono del Consumidor

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
Larga distancia sin costo

Profeco
35 años contigo

Gobierno Federal

rpc.profeco.gob.mx

SE

Estados Unidos Mexicanos

Profeco
35 años contigo

SE

Procurador Federal del Consumidor
Bernardo Altamirano Rodríguez

Coordinador General de Educación y Divulgación
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara

Director General de Difusión
Roberto Bello Salcedo

REVISTA DEL
CONSUMIDOR

Director Editorial
Pablo García Camarero

Jefe de información
José Armando Aguilar Pérez

Redactora
Nayarai Sánchez

Corrección de estilo
Alma Rosa Guerrero Gutiérrez

Directora de Arte y Diseño
Silvia Peraza de Prado

Editor gráfico
Óscar González García

Diseño
Roberto Paz Amaya,
Alan Joseph Acevedo Barajas,
Elizabeth Barrera Mendoza

Colaboradores
Boligán, Magda Coss

Ilustrador
Bachan

Foto de portada
Mondaphoto

Fotógrafos
Rodolfo Valtierra, José Rodríguez

Consejo Editorial
Bernardo Altamirano Rodríguez
Aída Albuerne Piña
Roberto Bello Salcedo
Noreli Domínguez Acosta
Rubén Durán Miranda
Gastón Fernández Arnaiz
Carlos Martínez Velázquez
Laura Alicia Méndez Rodríguez
Juan Alejandro Navarrete Ortega
Ricardo Rodríguez Jiménez
Tania Rodríguez Ortiz
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara
Noemí Valerio Barrón

TIENES ENTRE MANOS UN **BIEN PÚBLICO**

Cuando publicamos el número 400 de esta revista (junio de 2010) ya lo señalamos: tenemos el gusto por los números cerrados porque son como señalizaciones en el camino: "Usted está aquí. Ha dejado atrás otros lugares". En aquella ocasión, el 400 ejercía su particular fuerza de dos ceros. Nos hizo imaginar una cadena ininterrumpida de ediciones, cada una expresando la vocación y el sentido de misión de las centenas de editores, reporteros, diseñadores, ilustradores y colaboradores a lo largo de los años.

Hoy celebramos los 35 años de vida de la **Revista del Consumidor** (en noviembre de 1976 se publicó el número 1), y la sensación es distinta: va mucho más allá del orgullo por el trabajo realizado. Las tres décadas y pico proponen una densidad histórica, una mirada a este país en su tránsito entre milenios. Este aniversario nos hace contemplar el marco amplio: el sentido de ciudadanía.

Es obvio que los cambios en las relaciones de consumo y la demandante defensa de los derechos de los consumidores han dado pie a esta publicación, y a los cambios y adaptaciones que debe incorporar continuamente. Sin embargo, la **Revista del Consumidor** es solo una herramienta, nada más y nada menos.

El mayor y longevo anhelo de este producto y de la Procuraduría que lo impulsa es promover en la vida cotidiana la conciencia de que todos somos consumidores, todo el tiempo. Y que tenemos el poder de la información. Las relaciones de consumo asimétricas no solo son injustas, son absurdas; desde un punto de vista económico, podríamos incluso decir que promueven situaciones de ineficiencia, de falta de desarrollo. Eso hemos querido decir con frases recurrentes como: "Esta revista es tuya" o "Estás entrando a un espacio público". Esta historia de 35 años ha sido importante, sobre todo, por su función democratizadora. Lo único indispensable en la revista es tu posición como lector: aprópiate de su contenido ejerciéndolo en tu vida, en tu entorno. Gracias por tu lectura.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 7, col. Condesa, CP 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, DF.Teléfono: 5625 6930. Fax: 5553 0574, e-mail: rconsumidor@profeco.gob.mx **Publicidad institucional:** 5212 0468

La **Revista del Consumidor**, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553 0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de **Profeco**: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.** Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que **Profeco** lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de Licitud de Título núm. 1127 y Certificado de Licitud de Contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en Talleres Gráficos de México, Av. Canal del Norte 80, Col. Felipe Pescador, del. Cuauhtémoc, México, D.F., CP 06280. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México AC, Calle Guerrero #50, Col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editor responsable: Pablo García Camarero. Tiraje: 53,000 ejemplares.

El Teléfono del Consumidor, ahora en línea

www.telefonodelconsumidor.gob.mx

Con el nuevo servicio que tenemos para ti, navega desde cualquier computadora hacia todos los servicios que te ofrece el Teléfono del Consumidor, en donde siempre habrá un asesor disponible para ayudarte:

- Consulta las direcciones de las delegaciones y subdelegaciones de **Profeco**
- **Programa una cita**
- Suscríbete a la **Revista del Consumidor**
- Evita la publicidad no deseada e inscríbete al **Registro Público de Consumidores**
- **Concilia en línea** y ahórrate filas

Ya sea a través de voz sobre IP, por chat o por correo electrónico, **www.telefonodelconsumidor.gob.mx** tiene una respuesta para ti.

Vía internet o telefónica, el Teléfono del Consumidor te atiende de lunes a viernes de 9:00 a 19:00 horas; sábado, domingo y días festivos, de 10:00 a 18:00 horas.

Vivir Mejor

5568 8722
DF y zona metropolitana

01 800 468 8722
Larga distancia sin costo

Profeco
35 años contigo

Gobierno Federal

SE

Estados Unidos Mexicanos

ESTA es TU VOZ

Envíanos tus dudas y comentarios acerca de la **Revista del Consumidor,** o bien tus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos, a **rconsumidor@profeco.gob.mx** o a Av. José Vasconcelos 208, piso 7, colonia Condesa, CP 06140, México, DF. ¡Escribe ya y dinos qué opinas!

LA GARANTÍA COMO COARTADA

Tuve un problema: el 28 de diciembre de 2010 compré un celular. Se descompuso después de un mes de uso; los de la compañía que me lo vendió dijeron que "el software falló". Bueno, en 2011 regresé en tres ocasiones a ejercer la garantía a causa del mismo problema. Al final no supe qué hacer. Les dije que quería que me lo arreglaran de una vez por todas o que me cambiaran el equipo. Respondieron que no me lo cambiarían por otro del mismo modelo, sino por uno diferente y con el valor actual del teléfono, no con el valor que tuvo cuando lo compré.

No entendía nada, suponía en ese momento que si el teléfono está defectuoso y no tiene arreglo, la compañía debe cambiarlo por otro igual. Pero ellos decían que no, que todavía tenía seis meses más de garantía... Pero cuando se me acabe la garantía, ¿qué rayos voy a hacer yo con un teléfono que no sirve?, pensaba.

Desgraciadamente el 10 de julio la compañía me citó para negociar sobre mi equipo telefónico, que era un BlackBerry con un costo de 2 mil 800 pesos. Me terminaron ofreciendo un Samsung de mil 900. La verdad, no se me hizo justo, pero si no lo aceptaba no me iban a dar nada y tuve que tomarlo. Explicaron que mi equipo BlackBerry ya no se fabricaba. ¡Qué decepcionada estoy, pues veo que siguen vendiendo este equipo y la gente no sabe absolutamente nada de los problemas que va a tener después! En fin... Dejé que me estafaran, pero no quiero que estafen a otros.

–Isabel Sambrano

El hecho de aceptar el trato que te propusieron (lo entendemos: te llevaron a una especie de callejón sin salida del que solo puedes salir si estás bien informada) no anula tu derecho de presentar una queja, que bien podría proceder. Llama al Teléfono del Consumidor: 01 800 468 8722, larga distancia sin costo, o 5568 8722, en el DF y zona metropolitana; allí te orientarán sobre los pasos a seguir y podrás programar una cita en la delegación Profeco que te quede más cerca.

De cualquier forma, conocer los siguientes puntos sobre tus derechos como consumidora te resultará del todo provechoso:

- Puedes exigir al comercializador, distribuidor, importador o fabricante del equipo que se cumpla con la garantía del equipo. Es decir, puedes acudir también a BlackBerry, el fabricante, y no únicamente a la compañía telefónica.

- El tiempo que duren las reparaciones efectuadas al equipo, al amparo de la garantía, no son computables para el plazo de la misma; esto significa que si el aparato ha estado en reparación por, digamos, 30 días, estos deben ser agregados al término original de garantía (Artículo 83 de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

¿100 % ALGODÓN? ¡JA!

Hago referencia al artículo "Uniformes escolares a la medida: Profeco", publicado en la página electrónica MiMorelia.com el 17 de agosto de 2011. Al respecto, a nombre de la Cámara Nacional de la Industria Textil, me permito manifestar a usted lo siguiente:

1 Dicho artículo señala como recomendación general al consumidor que se prefiera el uso de prendas de algodón en los uniformes escolares, lo cual nos parece una aseveración incorrecta y sin fundamento técnico. Si bien es cierto que el algodón es una fibra natural recomendable por sus características hipoalergénicas, de absorbencia y de transpirabilidad, en la práctica no es la tela más usual para los uniformes escolares, ya que el consumidor busca características como fácil lavado, secado, planchado y precio accesible que le permitan el práctico manejo en una prenda durable que se usará diariamente durante el ciclo escolar. Por ello las telas más usuales para uniformes utilizan fibras sintéticas como el acrílico, el poliéster y sus mezclas de algodón.

2 Asimismo, hubiera sido conveniente que esta recomendación de textiles se hubiera basado en resultados de pruebas técnicas de laboratorio. La Cámara Nacional de la Industria Textil representa a las empresas productoras de hilados y tejidos en México y gustosamente puede apoyar a la Revista del Consumidor **con información adecuada para este tipo de artículos.**

Espero que estos comentarios sean considerados para mejorar el contenido editorial de la revista.

–Lic. Nora Ambriz García, Directora General de Canaintex

Agradecemos mucho sus correcciones. Es posible que el artículo en el sitio web que menciona haya tomado información del artículo "Guía infalible para el regreso a clases", publicado en la **Revista del Consumidor** de agosto pasado. Las recomendaciones en torno a los uniformes escolares formaron una pequeña parte de un cuerpo completo de consejos; nuestra intención no fue agotar lo que se puede decir o investigar sobre el asunto, y mucho menos desde un punto de vista técnico. Solo en el renglón de las blusas y camisas de uniformes escolares afirmamos: "Prefiere las de algodón 100%". Admitimos que tal aseveración está poco apegada a la realidad, pues ese tipo de telas, en efecto, no es la más común en el mercado ni la más barata.

Quisimos destacar al algodón como el material con el que están fabricadas algunas de las prendas más cómodas para los niños (sobre todo si son muy activos físicamente), pero cometimos el error de ser categóricos. Nos queda claro que sería pertinente publicar estudios de calidad de prendas de vestir, realizados por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor. Lo hemos hecho en números anteriores y procuraremos planearlos de nueva cuenta.

ATENCIÓN: las cartas que envíes a la **Revista del Consumidor** implican tu consentimiento para que sean editadas y publicadas. Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública). No olvides incluir tu nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto contigo.

Esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. **La Revista del Consumidor** no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, por medio de las instituciones correspondientes, se resuelvan los conflictos que enfrenten con proveedores y/o prestadores de servicios.

"ES UN CENTAVO DE CAMBIO"

En los supermercados y almacenes grandes suelen poner sus precios con centavos, por ejemplo, $234.95, $5.99, etcétera. Resulta que cuando uno llega a pagar a las cajas, cierran las cantidades... Obviamente siempre a favor de ellos, quedándose a veces hasta con 50 centavos. Estoy en desacuerdo, ya que si a mí como cliente me faltan esos centavos, no me puedo llevar el producto, y ellos con la mano en la cintura se quedan con mi dinero. Si de todos modos se van a quedar con mi dinero, mejor que cierren sus precios y así no hago tanto coraje. Me molesta tal abuso. No sé si ustedes pueden tomar cartas en el asunto.

–Araceli Arzate

Acabas de describir uno de los trucos más viejos y elementales de la mercadotecnia. De forma natural nuestra mirada atiende primero a la cifra del extremo izquierdo. Por supuesto, una treta de esta clase no debe dar pie a abusos; un consumidor inteligente exige que los cajeros no realicen redondeos si no lo desea, y vigila que le entreguen cambio exacto. En general, debes saber que entre las atribuciones de **Profeco** no está la regulación de precios ni la forma en que la moneda circula. Esto último es responsabilidad del Banco de México. Sin embargo, surge una cuestión interesante: ¿qué ocurre cuando un precio se expresa como "$19.99" y tú pagas con un billete de $20? Es imposible que te den un centavo de cambio, pues esa denominación no existe. Ese precio, entonces, podría equivaler a publicidad engañosa, una materia de **Profeco**. Nos has dado un tema de investigación que podría valer una toma de postura e intervención. Te mantendremos informada.

ENLÍNEA

ESTA ES TU VOZ

Quéjate y sé un consumidor responsable

Contáctanos en nuestras redes sociales y plantea tus dudas o quejas. En Twitter: **@profeco, @profecodifusion** y **@profeco2.** En Facebook: busca nuestro perfil **"Consumidor Inteligente"**. ¡Muchos ya lo han hecho!

En Twitter

@Ybarrarubio:
¿Cómo puedo evitar que @telcel me hable a cada rato (17 veces este mes) para ofrecerme cambio de compañía?

@Profeco:
Inscribe tu número en el Registro Público de Consumidores para evitar llamadas publicitarias: 9628 0000 (DF, Gdl y Mty) y 01 800 962 8000

@mrs_darcy18_18:
En el banco me cobran 4 seguros que yo no autoricé. ¿Qué puedo hacer para saber cómo, quién o cuándo se autorizaron?

@profeco:
Debes aclararlo con tu banco. En caso de que no te ayuden, asesórate con @CondusefMX.

@AlexRuizRo:
Hoy en la gas de Periférico Sur #3352 me cargaron 54 l y mi tanque es de 45 l. Se llena con $430 y hoy me cobraron $513

@profeco:
No dudes en denunciar a esa gasolinera ante **Profeco**. Ve a telefonodelconsumidor.gob.mx. Es muy rápido.

En Facebook

Artemisa Corona:
¿Cuáles son los reductores de talla y peso más dañinos?

Consumidor Inteligente:
Hola Artemisa, en este link encontrarás los productos milagro que Cofepris retiró del mercado por ser considerados dañinos: http://www.cofepris.gob.mx/nom/doc/lista_PM.pdf

En todo caso, **Profeco** recomienda no hacer uso de este tipo de productos y acudir con el especialista. ¡Saludos!

Andrés Tonantzin, sobre la nota "10 malos hábitos para tu corazón...":
Lo único que te dice todo esto es "moderación en tu vida diaria". Hay que equilibrar las cosas: ni mucho de esto ni tampoco de aquello, todo en exceso es dañino, incluso las vitaminas. Nuestro cuerpo es una máquina muy fina que necesita dosis adecuadas de todo. Si nos excedemos, la máquina lo manifestará. Moderación en tu vida es lo único que debes aprender de esto.

Alejandro de la Cruz, sobre la nota "Cuidado con la publicidad hiperpersonalizada":
Si no quieres que las páginas que visitas guarden cookies, puedes indicarlo en la sección de configuración de tu navegador de internet... Sin embargo, como diseñador de sitios web les puedo decir que las cookies no son del diablo, ni el tenerlas en tu máquina es símbolo de que se está violando tu privacidad. Personalmente trato de no recurrir a este tipo de prácticas en mis diseños, pero el daño que pueden causar estas tecnologías depende completamente de los sitios que visite cada quien.

ÍNDICE TEMÁTICO
REVISTA DEL CONSUMIDOR 2008-2011

A

Aceites vegetales (est.), oct 10, 404, p. 36
Agua, crisis del (art.), feb 10, 396, p. 56
Aguinaldo (art.), dic 09, 394, p. 46
Alaciadores para el cabello (est.), ene 09, 383, p. 34
Aceite de oliva (est.), abr 08, 374, p. 56
Antibacteriales (est.), mar 10, 397, p. 60
Audífonos de botón (est.), sep 10, 403, p. 52
Automedicación (peligros) (art.), nov 10, 405, p. 62

B

Bases para iPod o MP3 (est.), ene 09, 383, p. 84
Bebidas congeladas (est.), jul 08, 377, p. 58
Básculas (est.), mar 09, 385, p. 56
Bebidas de soya (est.), sep 09, 391, p. 36
Baumanómetros (est.), sep 09, 391, p. 54
Bebidad energéticas (est.), mar 11, 409, p. 26
Bebidas hidratantes (est.), oct 11, 416, p. 56
Biodiversidad y consumo (art.), jul 10, 401, p. 34

C

Cafeteras (est.), abr 08, 374, p. 44
Cajas de ahorro (art.), nov 09, 393, p. 64
Calentadores ambientales (est.), dic 08, 382, p. 64
Caldos (est.), jun 08, 376, p. 52
Calzones entrenadores (est.), may 09, 387, p. 76
Camisas de vestir (est.), may 08, 375, p. 54
Campamentos de verano (art.), jul 11, 413, p. 56
Cátsup (est.), ene 11, 407, p. 30
Casa de Moneda (art.), feb 08, 372, p. 26
Casas ecológicas (art.), ene 09, 383, p. 66
Centros de lavado (est.), nov 10, 405, p. 44
Cereales para niños (est.), abr 11, 410, p.30
Cerveza (est.), sep 11, 415, p. 36
Champú cabello teñido (est.), feb 10, 396, p. 48
Colchones (est.), jul 09, 389, p. 44
Computadoras I, laptops (est.), ago 09, 390, p. 38
Computadoras II (est.), ago 10, 402, p. 42
Computadoras III (est.), ago 11, 414, p. 34
Condones (est.), feb 11, 408, p. 28
Consomés (est.), jun 08, 376, p. 52
Cremas de verduras (est.), jun 09, 388, p. 38
Chequeos médicos (art.), ene 08, 371, p. 16
Clubes deportivos (art.), feb 08, 372, p. 72
Comprar casa, guía (art.), feb 10, 396, p. 64
Consumo de luz (art.), sep 11, 415, p. 68
Cosméticos (art.), may 08, 375, p. 36
Crédito comercial (art.), abr 10, 398, p. 60
Créditos financieros (art.), feb 09, 384, p. 38
Cuesta de enero (art.), ene 10, 395, p. 38
Cuidadores de enfermos (art.), oct 09, 392, p. 70

D

Desatornilladores eléctr. (est.), sep 08, 379, p. 66
Detergentes líquidos (est.), sep 08, 379, p. 40
Discos duros externos (est.), may 11, 411, p. 48
Déficit de atención (trastorno) (art.), jun 09, 388, p. 62
Desastres naturales (art.) ene 10, 395, p. 66

E

Ensaladas envasadas (est.), mar 08, 373, p. 56
Enjuagues bucales (est.), feb 09, 384, p. 44
Estufas (est.), jul 11, 413, p. 42
Etiquetas nutrimentales (est.), oct 09, 392, p. 36
Escuelas de manejo (art.), dic 08, 382, p. 34

F

Frutas en conserva (est.), dic 08, 382, p. 40
Fajas (est.), may 09, 387, p. 38
Fechas de caducidad, (art.), jul 11, 413, p. 64
Finanzas familiares (art.), ene 09, 383, p. 28
Finanzas en pareja (art.), feb 10, 396, p. 40
Finanzas para el joven adulto (art.), may 10, 399, p. 48
Floristerías (art.), feb 11, 408, p. 56
Fumigaciones (art.), sep 09, 391, p. 68
Futbol, crítica del (art.), jun 10, 400, p. 64

G

Golosinas congeladas (est.), jul 08, 377, p. 58
Gimnasios (art.), feb 08, 372, p. 72

H

Hamburguesas (est.), dic 10, 406, p. 30
Hormonas (en pollos) (art.), mar 10, 397, p. 54
Hornos de microondas (est.), abr 11, 410, p. 50
Huertos caseros (art.), sep 09, 391, p. 44

I

Impresoras fotográficas (est.), nov 09, 393, p. 54
Inversión, planes de (art.), jul 09, 389, p. 38

J

Juguetes para bebé (est.), oct 09, 392, p. 48

L

Latas de mejillones, ostiones y sardinas (est.) abr 09, 386, p. 44
Lápices labiales (est.), may 10, 399, p. 34
Lechitas saborizadas (est.), nov 10, 405, p. 26
Licuadoras (est.), ene 10, 395, p. 56

M

Margarinas (est.) may 11, 411, p. 28
Mezcal (art.), sep 08, 379, p. 50
Miel de abeja (est.), jun 11, 412, p. 30
Mochilas (est.), jul 10, 401, p. 34
Multifuncionales (est.), abr 09, 386, p. 64
Mantenimiento de autos (art.), jul 10, 401, p. 56

N

No-breaks (est.), feb 11, 408, p. 44
Nuggets (est.), mar 09, 385, p. 50

O

Ollas de presión (est.), jun 11, 412, p. 44
Omega 3, alimentos con (est.), dic 09, 394, p. 38

P

Pañales para bebé (est.), sep 11, 415, p. 52
Papas fritas (est.), ago 08, 378, p. 56
Papel higiénico (est.), feb 08, 372, p. 62
Papillas para bebé (est.), abr 10, 398, p. 42
Parrillas eléctricas (est.), nov 08, 381, p. 46
Pegamentos (est.), jul 10, 401, p. 50
Periqueras (est.), abr 10, 398, p. 52
Pescado, consumo de (art.), abr 09, 386, p. 38
Pilas AA (est.), oct 11, 416, p. 66
Pinturas vinílicas (est.), oct 10, 404, p. 56
Piratería computacional (art.), mar 10, 397, p. 72
Productos light (est.), ene 08, 371, p. 38
Puré de tomate (est.), ene 11, 407, p. 44
Partos programados (art.), may 10, 399, p. 64
Películas DVD y Blu-ray (art.), may 11, 411, p. 60
Podología (art.), nov 09, 394, p. 70
Publicidad encubierta (art.), may 10, 399, p. 44
Publicidad engañosa (art.), oct 11, 416, p. 34

Q

Queso panela (est.), jul 11, 413, p. 28

R

Reciclaje, centros de (art.), ene 11, 407, p. 60
Refrigeradores (est.), jul 09, 389, p. 58
Regaderas ecológicas (est.), mar 11, 409, p. 44
Regreso a clases, guía de (art.), ago 11, 414, p. 60
Reproductores MP3 (est.), oct 08, 380, p. 64
Ropa deportiva (est.), feb 10, 396, p. 64

S

Sábanas (est.), oct 08, 380, p. 44
Sal en alimentos (est.), jun 10, 400, p. 42
Salchichas para hot dog (est.) sep 10, 403, p. 46
Suavizantes de telas (est.), ago 09, 390, p. 38
Seguros, cultura de los (art.), jun 09, 388, p. 44
Seguros educativos (art.), sep 08, 379, p. 30
Servicios inmobiliarios, guía (art.), oct 11, 416, p. 38
Seguros de autos (art.), oct 10, 404, p. 50

T

Tabletas (est.), ago 11, 414, p. 34
Taladros eléctricos (est.), sep 08, 379, p. 66
Tarot, charlatanes del (art.), dic 10, 406, p. 62
Teatro en casa, sistemas de (est.), jun 09, 388, p. 52
Televisores de plasma y LCD (est.), dic 09, 394, p. 55
Termómetros (est.), mar 10, 397, p. 64
Tintes para cabello (est.), nov 08, 381, p. 34
Toallas (est.), feb 09, 384, p. 72
Tarjetas tel. de prepago (art.), dic 09, 394, p. 70
Telefonía celular, tarifas (art.), mar 10, 397, p. 40
Televisión de paga (art.), sep 10, 403, p. 46
Tiempos compartidos (art.), jun 09, 388, p. 70
Tiendas departamentales, historia de (art.), jul 10, 401, p. 68
Transporte de pasajeros (art.), ago 09, 390, p. 70

U

Útiles escolares (art.), ago 11, 414, p. 60

V

Vainilla (art.), nov 10, 405, p. 56
Ventiladores (est.), jun 08, 376, p. 40
Videocámaras (est.), dic 10, 406, p. 46
Videojuegos (art.), abr 08, 374, p. 34
Vitaminas (art.), feb 10, 396, p. 34

(art.)= artículo **(est.)**= estudio de calidad **abr 08**= mes de publicación **397, p. 15**= número de edición y página

35 años de la Revista del C

La revista que tienes en tus manos ha sido fiel testigo de las relaciones de consumo en México por décadas. 35 años de nacida, te mostramos algunas pruebas de ello: momentos clave en una historia dedicada al serv

▶1976

Noviembre

Nace la **Revista del Consumidor**. En nuestro primer estudio de calidad analizamos 12 modelos de planchas de ocho marcas. Curioso, la mayoría daba toques.

▶1977

Enero

"A veces me falla completamente el sentido de la compra. Sobre todo en los artículos más modernos me dejo llevar, sin darme cuenta, por la publicidad".
—Juan José Arreola, entrevistado por la Revista del Consumidor

Mayo

Arranca el programa Quién es Quién en los Precios, "cuya finalidad es lograr que la población, especialmente la de menos recursos económicos, haga un mejor uso de sus ingresos", se lee en aquel entonces. El primer comparativo de precios: desodorantes, en aerosol y en barra.

▶1978

Octubre

Se publica una primicia exclusiva: un comparativo de automóviles modelo 1979. El Datsun Sedán era el auto con mejor rendimiento de combustible: 11.1 km/l. El de menor rendimiento era el Caprice Classic de ocho cilindros con apenas 4.4 km/l.

▶1979

Noviembre

Inicia transmisiones "El foro del Consumidor", programa de televisión que es el origen de lo que hoy conoces como **Revista del Consumidor TV.**

▶1980

Febrero

Comienza a funcionar El Número de los Precios: 568 8722 . Lo que hoy identificas como el Teléfono del Consumidor.

▶1981

Junio

"Soy un buen consumidor porque siempre trato de buscar los artículos más baratos, consumir únicamente lo necesario y no comprar cosas extras que no voy a utilizar o que inclusive se me van a echar a perder". **— Hugo Sánchez**

Julio

La **Revista del Consumidor** felicita a sus colaboradores **Miguel Ángel Granados Chapa** (1941-2011) y Alberto Issac (1925-1998) por obtener el Premio Nacional de Periodismo.

▶1982

Enero

Nace en las páginas de la revista "El brinco", suplemento infantil que significó el primer intentó por llegar a "ese sector de la población que absorbe con inocencia el impacto del consumismo".

Octubre

En esta edición, la revista analiza un tema de gran importancia para el país: la nacionalización de la banca, anunciada un mes antes.

▶1983

Mayo

Aunque ya llevan un par de años en el país, la revista explica a sus lectores qué son los cajeros automáticos. Y este es el pronóstico: "Es probable que en México los cajeros automáticos no alcancen un gran desarrollo por los elevados costos que implican".

▶1984

Diciembre

"¿Qué sabe usted de las aspiradoras? ¿Poco?..." Así inicia el estudio comparativo de aspiradoras, electrodoméstico que resulta todo un misterio para la mayoría de los consumidores.

Consumo en el mundo pág. 16

Consumo en los estados: Querétaro pág. 18

Salud e hipertensión pág. 22

TDP: crema semisólida para piel pág. 28

l Consumidor

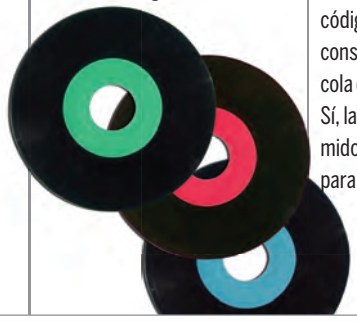
adas. En esta edición, a
l servicio. Dedicados a ti.

▶1986
Junio

"Si el futbolista sale anunciando un refresco desde luego va a tener más impacto que si lo hace un lanzador de jabalina... y constituye para nosotros la única oportunidad de hacernos de un patrimonio.— **Javier Aguirre a punto de jugar el Mundial México 86**

▶1988
Mayo

"¿Adiós a los LP?". Las ventajas de los discos compactos sobre los discos de larga duración son inobjetables. La revista da cuenta de ellas en un reportaje que anuncia los beneficios de la nueva tecnología.



▶1991
Abril

"En la actualidad, en las grandes tiendas comerciales, existe un novedoso sistema llamado código de barras, que evita al consumidor largas horas en la cola de la caja registradora". Sí, la revista explica al consumidor esta nueva tecnología para identificar productos.

▶1993
Enero

Aparecen los Nuevos Pesos (N$), unidad monetaria que implica quitarle tres ceros a la moneda. Por supuesto, la revista no pasa el tema por alto

Julio

La revista da un vuelco editorial: nueva portada, nuevas secciones, nuevos colaboradores y reportajes. "Todo dentro de un esquema editorial que busca equilibrar la amenidad con la precisión y oportunidad informativa".

▶ 1985
Febrero

Varias ciudades del país se enfrentan a un desabasto de carne que nunca había ocurrido. La revista dedica varias páginas a brindar alternativas inteligentes que sustituyan el consumo de res en el hogar.

Julio

Aparece por primera vez la sección "Platillos económicos, nutritivos y sabrosos", recetas que vislumbran lo que será el famoso Platillo Sabio Profeco.

Octubre-noviembre

Ante un país convulsionado por los sismos de septiembre, muchos prestadores de servicios se aprovecharon de la adversidad. La revista dedica este número a evitar especulaciones y a motivar la reconstrucción.

▶1987
Mayo

Hasta el momento se registran 407 casos de sida en México, pero se esperan miles de casos en los próximos años porque la enfermedad "se duplica cada diez meses". La revista publica un amplio reportaje con toda la información disponible hasta el momento.

▶1989
Marzo

Reporte Especial sobre Embutidos. La revista se dedica casi en su totalidad a analizar estas carnes frías de gran demanda, pero que "su calidad no siempre es aceptable". Muchos embutidos son adulterados con derivados de soya y almidón para pesar más y quitarles carne.

▶1992
Febrero

La revista hace un reportaje de "una de las innovaciones tecnológicas más impactantes de este siglo": el teléfono celular. Sus precios van de 600 mil hasta 3 millones 500 mil pesos.

Marzo

Primer gran cambio editorial significativo de la revista: "Se incorporan cambios en el diseño de la portada, así como en los reportajes, investigaciones y en general en los contenidos de estas páginas".

›35 años de la Revista del Consumidor

▶1994

Enero

Entra en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, tema insoslayable para la revista, que comienza a explicar de qué se trata el acuerdo comercial.

Aparece por primera vez la sección "Los Pequeños Consumidores". El primer tema, obvio, la llegada de los Reyes Magos.

Abril

En un época en que el sida exige la promoción del llamado "sexo seguro", la revista realiza su primer estudio de calidad de condones.

▶1997

Octubre

Recientes cambios en la Ley General de Salud permiten que el mercado de medicamentos genéricos se amplíe de manera significativa. La revista publica un comparativo de precios entre medicamentos de patente y genéricos para que los consumidores conozcan las ventajas de estos últimos.

▶1999

Agosto

Se publica nuestro primer estudio de calidad de computadoras. 63 modelos de 12 marcas. La velocidad que alcanzan los procesadores más rápidos es de 500 MHZ.

▶2000

Mayo

¿El prefijo 044? ¿El que llama paga? ¿Tarjetas de prepago? La revista publica el análisis comparativo de telefonía celular más completo hasta el momento.

▶2004

Julio

Se publica el reportaje "Depresión. Cuando la vida pierde sentido", trabajo por el que la reportera Yureli Cacho obtiene una mención honorífica en el Premio Nacional de Periodismo para la Salud.

Septiembre

En un esfuerzo conjunto con Pemex, se publican los resultados del muestreo de 330 gasolineras de todo el país. El estudio revela que 90% de las estaciones de servicio incumplen la norma y no surten la cantidad correspondiente de combustible que cobran.

▶2007

Junio

Estos son los Siete Pasos del Consumo Inteligente:

- Consumo Consciente
- Consumo Informado
- Consumo Crítico
- Consumo Saludable
- Consumo Sustentable
- Consumo Activo
- Consumo Solidario

En este año se convierten en los lineamientos rectores para los contenidos de la revista.

▶1995

Abril

La revista se moderniza. Nuevo logotipo, una portada más comercial y aparecen las primeras Tecnologías Domésticas: queso tipo panela y una loción unisex.

▶1996

Junio

Se publica el tema "La supercarretera de la información". Hay 25 millones de usuarios de internet en el mundo, pero en México la "www" es toda una novedad.

▶1998

Abril

"¡Su película favorita en disco compacto!" Una nueva tecnología revoluciona el entretenimiento en casa: el DVD. La revista hace un análisis de los fabricantes y su mercado.

Agosto

Aparece por primera vez "El Platillo Sabio", recetas económicas, sabrosas y nutritivas que se convertirán en todo un clásico.

▶2001

Enero

El MP3, el nuevo sistema de audio portátil amenaza con desbancar a los reproductores de casetes y CD. La revista analiza los precios y características de los pocos reproductores MP3 disponibles en el mercado.

▶2003

Julio

Se publica "Universidades Patito. Cómo reconocerlas": "En México existen más de 1,100 instituciones privadas de educación superior, solo 74 han comprobado su calidad académica". El reportaje repercute en medios periodísticos, académicos y políticos.

▶2006

Agosto

El Estudio de Calidad de jugos envasados revela que los fabricantes sustituían hasta en más del 60% los azúcares propios de la fruta mediante la adición de otros edulcorantes. La consecuencia: una Norma Oficial Mexicana que establece los parámetros que deben cumplir aquellas bebidas que quieran llamarse jugos.

Octubre

Se publica el estudio de calidad sobre leches y fórmulas lácteas o productos lácteos combinados. Los resultados de nuestro laboratorio advierten que muchos de estos utilizan engañosamente la palabra "leche" cuando no lo son.

►2009

Marzo

La **Revista del Consumidor** cambia de imagen, se rediseña, estrena secciones, ideas... en fin, experimenta una evolución. Entre los cambios más significativos: los estudios de calidad se publican con fotos de cada uno de los productos analizados y por primera vez le hablamos de "tú" al lector, en un intento por hacerte sentir más que nunca que esta revista es tuya.

Abril

Nace la versión de la **Revista del Consumidor en Línea** (revistadelconsumdor.gob.mx) que incorpora diferentes lenguajes y formatos: video, audio (la evolución de nuestros programas de tv y radio), la inmediatez de los blogs, la exposición ordenada de los estudios de calidad realizados por el Laboratorio Profeco, publicaciones como el cómic **Consumán**, **El Mandado** y folletos diversos.

Junio

Ante la contingencia por el virus de la influenza A H1N1 se publican las Tecnologías Domésticas Profeco para elaborar gel antibacterial y cubrebocas, así como las recomendaciones y medidas de higiene para prevenir el contagio.

►2010

Marzo

En México se reporta la existencia de 81.4 millones de líneas de teléfono celular. He ahí la importancia de que se publique una Radiografía de los Servicios de los principales planes de renta mensual de telefonía. Los resultados fueron muy reveladores.

►2011

Febrero

El estudio de calidad de condones hecho por nuestro laboratorio determina que algunas marcas no cumplen con los requisitos solicitados por la farmacopea para su uso y por tanto podrían representar un riesgo para el usuario en cuanto a infecciones de transmisión sexual y embarazos no deseados.

Agosto

Siempre pendiente de las tendencias tecnológicas, el estudio de calidad anual de equipos de cómputo (portátiles y de escritorio) incluye por primera vez a las tabletas, y ofrece un análisis sobre sus pros y sus contras frente a los equipos tradicionales.

NO A LA PUBLICIDAD COMERCIAL

Hoy la **Revista del Consumidor** no acepta publicidad comercial en sus páginas, aunque no siempre fue así: por breves periodos de tiempo (de julio de 1993 a septiembre de 1996) la revista publicó publicidad, que desapareció por una mención de una empresa de mensajería (de octubre 1996 hasta mayo de 1998) que repartía nuestros ejemplares. A partir de entonces, la revista solo acepta publicidad institucional en sus páginas y afianza el compromiso de no incluir publicidad comercial, ya que de lo contrario la objetividad y equidad que nos caracterizan se verían cuestionadas.

CONSUMO GUSTO

El humor siempre ha tenido un lugar importante en la revista. Desde nuestra creación, adoptamos las dosis de gracia contenidas en pequeñas viñetas para combinarlas con la información práctica y formal que ofrecíamos. Esto fue posible, en un principio, gracias a caricaturistas como Carlos Dzib, Alberto Isaac, Apebas y Alfonso Orvañanos. Ya en años más recientes Trino nos divirtió con sus "Crónicas de un consumidor compulsivo" y actualmente contamos con todo el ingenio humorístico de Boligán.

PLUMAS DISTINGUIDAS

Durante un breve periodo la revista se engalanó con relatos de grandes escritores mexicanos: Fernando del Paso (julio de 1993), Sergio Pitol (agosto de 1993) y Elena Garro (septiembre de 1993). Todo un honor para nosotros y, seguramente, todo un deleite para nuestros lectores.

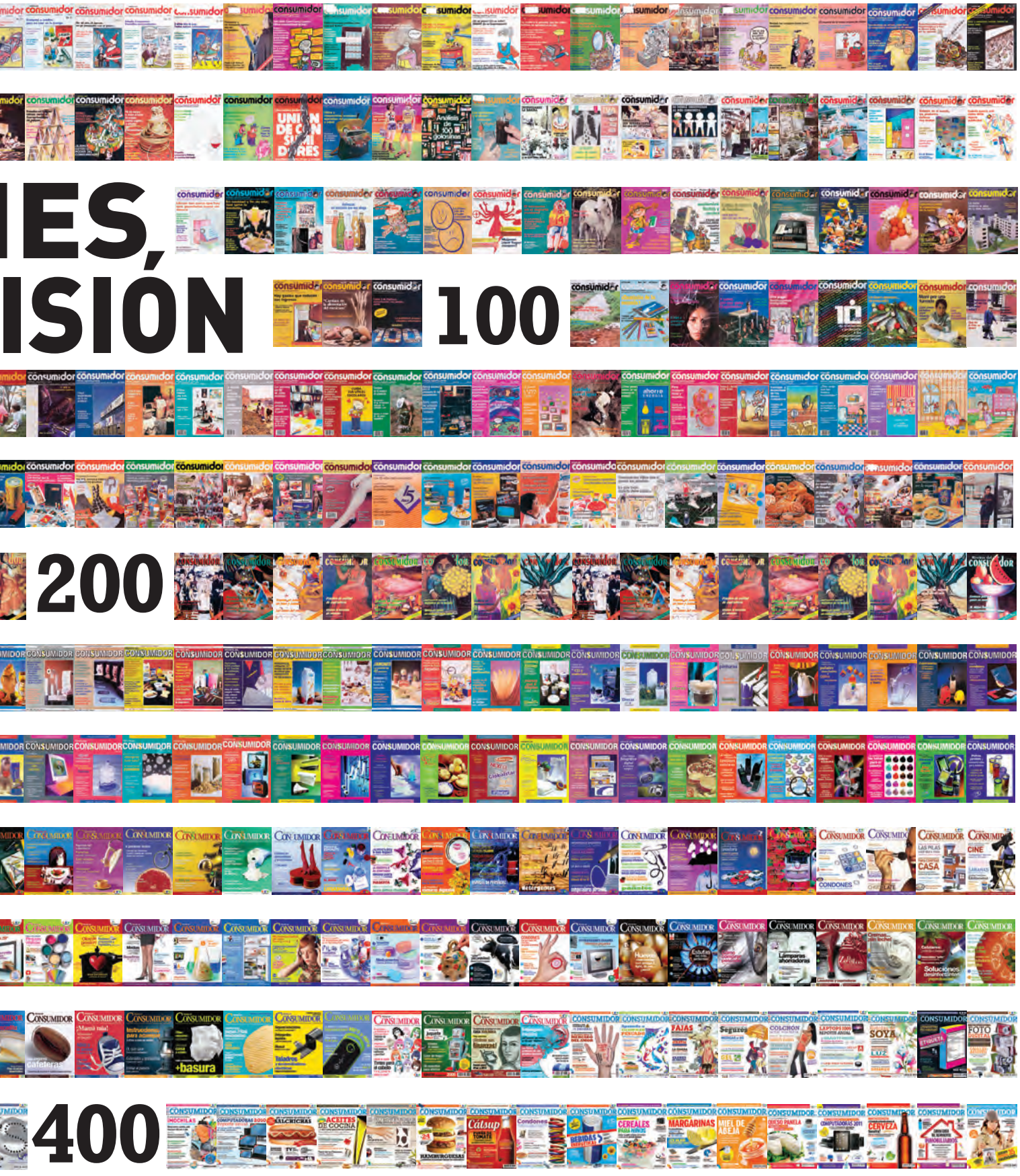
›35 años de la Revista del Consumidor

417 EDICIONE

UNA MIS

300

Sirva esta doble página como un homenaje a la historia de la **Revista del Consumidor**. Tres décadas y media de 417 ediciones ininterrumpidas y una misión intacta desde el primer número: ofrecerte la mejor información para que tomes las decisiones de compra más inteligentes. A quienes han trabajado en la revista, felicidades; a nuestros lectores, muchas gracias.


ES,
ISIÓN
100
200
400

LA CHATARRA ERRANTE

La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) denunció que en España solo entre 15 y 20% de los aparatos electrodomésticos se reciclan al terminar su vida útil. Para obtener esta información, la OCU colocó 15 emisores de localización GPS en el interior de refrigeradores, televisores, computadoras de escritorio y lavadoras y los rastreó durante tres meses. La Organización se deshizo de los aparatos como indica la normatividad: los llevó a los depósitos establecidos para reciclaje o los entregó a los proveedores que deben recibir el aparato usado cuando el cliente le compra uno nuevo. La sorpresa se la llevó al descubrir que nueve de los 15 aparatos no llegaron a las plantas de reciclaje, donde deberían terminar, sino a tiraderos, chatarrerías o descampados. Al parecer, los fabricantes están sacando provecho porque, al vender un aparato electrodoméstico, el consumidor paga la tasa de reciclaje incluida en el precio del aparato y los fabricantes no la destinan a este propósito. Eso sin mencionar el daño ecológico que produce deshacerse sin control de la chatarra tóxica.

Fuente *El Mundo*

FALSAS PROMESAS

La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos concluyó un proceso en contra de Reebok por publicidad engañosa. En la publicidad se asegura que los modelos de tenis EasyTone y Runtone refuerzan los músculos de piernas y glúteos más que el calzado común, beneficios que el fabricante no pudo comprobar ante la Comisión. Para purgar el daño y concluir el proceso, la compañía abonará 25 millones de dólares, dinero que se destinará al reembolso de los consumidores estadounidenses afectados.

Fuente *El País*

DINERO VÍA CELULAR

En México ya es una realidad para los clientes de las instituciones bancarias disponer de servicios de banca móvi: los usuarios pueden realizar pagos y transferencias con su teléfono celular, en muchos casos sin costo adicional. Además, es muy fácil registrarse y comenzar a utilizar el servicio. De acuerdo con un estudio de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNVB), en 2012 serán millones los clientes que accedan al servicio de banca móvil, el cual ofrece ventajas como seguridad y tecnología antifraude. Los bancos que brindan ya este servicio son: Banamex, BBVA Bancomer, Inbursa y Banco del Bajío.

Fuente Comisión Nacional Bancaria y de Valores

"CHURROS" DE FICCIÓN

Los científicos de la NASA se pusieron críticos y eligieron a las peores y mejores películas de ciencia ficción de todos los tiempos.

LAS PEORES

1.

• **2012** (2009)

2.

• **El núcleo** (2003)

3.
• **Armageddon** (1998)

4.

• **Volcano** (1997)

5.
• **Reacción en cadena** (1996)

ENTRE EL LIBRO Y LA TABLETA

Y se presentó el Kindle Fire de Amazon. Este libro electrónico con pantalla de siete pulgadas parece menos "aburrido" que su versión anterior (Kindle) y más cercano a las tabletas como el iPad, aunque con acceso a los medios digitales de la nube EC2 de Amazon: libros, revistas, música, películas, series, juegos y aplicaciones. Se rumora que podría ser un serio rival del iPad por su bajo precio (199 dólares contra 500), aunque no pertenecen a la misma categoría: el Fire no tiene cámara, micrófono, GPS ni 3G, por lo no se conecta a internet desde cualquier lugar (se conecta solo a través de WiFi). Pero promete ser una buena opción de bajo costo para el entretenimiento, consulta de correo o búsqueda en internet a través del navegador exclusivo de Amazon, el Silk.

Fuente: TechCrunch

NO TANTO PORNO

El neurocientífico Ogi Ogas descubrió en una investigación para su libro *A Billion Wicked Thoughts* que en realidad hay mucho menos sitios pornográficos de los que se suele creer: solo 42 mil 337 del millón de los sitios más visitados tienen contenido sexual, es decir, alrededor de 4%. De acuerdo con el neurólogo, gran parte de la creencia popular de que la pornografía es mucho más abundante en internet se debe a que algunas compañías que ofrecen sus servicios para bloquear sitios pornográficos manipulan las cifras estadísticas para inflar sus resultados y competir contra otras empresas del mismo giro.

Fuente *Time*

GUARDERÍA PARA MARIDOS

Para acabar con el malestar que a muchos hombres les provoca salir de compras con sus mujeres, la famosa tienda de muebles sueca IKEA creó un salón con el propósito de que los acompañantes masculinos pasen un buen tiempo mientras ellas compran a sus anchas. Esta especie de guardería para hombres está equipada con futbolito, videojuegos, televisores, amplios sofás y servicio de comida.

El concepto, llamado Manland, está inspirado en las salas de pelotas donde los niños se divierten mientras sus padres compran con total libertad. Mandland comenzó a funcionar a finales de septiembre en las tiendas de la marca en Australia. Otro plus: transcurridos 30 minutos, la empresa avisa a la usuaria para que no se olvide de pasar por su marido a la sala de entretenimiento.

Fuente *Informativo Telecinco*

LAS MEJORES

1.

• **Gattaca** (1997)

2.

• **Contacto** (1997)

3.

• **Metropolis** (1927)

4.

• **El día que la tierra se detuvo** (1951)

5.

• **Woman in the Moon** (1929)

Fuente smithsonianmag

QUERÉTARO

Toda una aventura

Los impactantes escenarios naturales del territorio queretano te reclaman unos días para explorar y admirar su fastuosidad. Toma como refugio alguno de los seis campamentos ecoturísticos que la Secretaría de Turismo del estado te recomienda.

La Tortuga

El municipio de Tolimán abre las puertas del campamento La Tortuga. Recibe un tratamiento holístico que inicie con un temazcal relajante, continúa tu día con un masaje que te libere de las tensiones y para reponer energías, saborea la gastronomía mexicana desde la terraza del lugar, tus platillos estarán acompañados de la imponente vista del tercer monolito más grande del mundo. Una experiencia que promete sanar tus sentidos.

Río Escanela

Pocas cosas pueden ser tan relajantes como el sonido del agua. Tómate unos días para olvidarte del estrés y disfrutar la vegetación que invade el campamento Río Escanela en el municipio de Pinal de Amoles. Sigue el curso del río y encuentra la cascada El Salto, la cual impacta con su caída de agua de más de 35 m. Durante tu viaje no olvides realizar una parada en la cueva Puente de Dios, un escenario natural de gran escala.

San Pedro

El horizonte que armoniza un cielo abierto con la tranquilidad de la presa de San Pedro, es una de las maravillas que te ofrece el campamento ecoturístico San Pedro en el municipio de Huimilpan. Puedes dedicar todo un día para comer a la orilla de la presa o en alguno de los campos florales que hay alrededor. Renta alguna de las habitaciones tipo safari del lugar y disfruta de un paseo en bicicleta por los alrededores de la zona. Imprescindible.

El Jabalí

Uno de los principales atractivos del campamento El Jabalí: el emocionante recorrido en cuatrimoto que se tiene que realizar para poder llegar desde el pueblo de San Joaquín hasta sus instalaciones internadas en medio del bosque. Disfruta de un viaje que conjuga ríos, cañones, bosques y sorprendentes paisajes, para que al final del día puedas descansar en una de sus seis cabañas de lujo tipo safari, ideales para la aventura.

Aventura Park

Sentir cómo estalla la adrenalina al momento de lanzarte en la tirolesa de más de 120 m es tan solo una de las experiencias que ofrece el campamento Aventura Park, que está ubicado a unos kilómetros de San Joaquín. Disfruta de la aventura y el descanso al relajarte en una de sus cabañas de lujo, todas acondicionadas con una terraza perfecta para admirar el imponente escenario que se presenta frente a ellas.

La isla

A tan solo 45 minutos del municipio de Cadereyta se encuentra la presa de Zimapan, que ofrece a sus visitantes el campamento La Isla. Déjate envolver por el relajante ambiente de sus ocho cabañas de lujo o refréscate en la alberca que ofrece un paisaje digno de observar. No olvides llevar tu caña de pescar, podrás pasar un buen rato practicando la pesca deportiva.

↘ EVENTOS EN UNA PLAZA MUY CULTA

El Instituto Queretano de la Cultura y las Artes lleva acabo el programa "Plazas Queretanas" con el objetivo de que la población pueda disfrutar y tener acceso a la cultura. Para esto, durante el mes de noviembre, la Plaza de Armas es la sede de diferentes expresiones artísticas. Estas son solo algunas de las que ya están confirmadas (¡todas son gratuitas!):

NOV 06 **Domingo en plaza de armas** ***Orquesta Típica del Estado de Querétaro*** Horario: 13:00 h	**NOV 10** **Jueves del recuerdo** ***Bailarines de tango*** Horario: 20:00 h
NOV 18 **Viernes en movimiento** ***Acerina y su danzonera*** Horario: 20:00 h	**NOV 23** **Miércoles de Jazz Concierto del Grupo:** ***Les Herbes Folles*** Horario: 20:00 h
NOV 26 **Sábados infantiles Obra de teatro infantil :** ***Malas palabras*** Horario: 17:00 h	

VERIFICACIÓN DE GASOLINERAS

Y en Querétaro, ¿Quién es Quién en las gasolineras? Estas son las estaciones de servicio de este estado que, en un operativo especial hecho por **Profeco** durante el mes de septiembre, no presentaron ninguna irregularidad durante la verificación que se les realizó.

Municipio	Número de estación de servicio	Razón social	Domicilio
CADEREYTA DE MONTES	868	GASOLINERÍA DONA PURE, SA DE CV	CARRETERA SAN JUAN DEL RÍO A XILITLA KM 48.5 CP 76500
CADEREYTA DE MONTES	8756	PAULINO VÁZQUEZ MORÁN	CARRETERA SAN JUAN DEL RÍO XILITLA KM.52+450 CP 10033
CADEREYTA DE MONTES	4773	ANTONINO VÁZQUEZ MORÁN Y PAULINO VÁZQUEZ MORÁN	CARRETERA SAN JUAN DEL RÍO XILITLA #66
CORREGIDORA	3922	GASOLINERAS GRUPO MEXICANO, SA DE CV	KM.6+900 AUTOPISTA MÉXICO-QUERÉTARO-CELAYA COL. VILLA CORREGIDORA
EL MARQUÉS	9794	ESTACIÓN LA GRIEGA, SA DE CV	CARRETERA ESTATAL 500 EL PARAÍSO-CHICHIMEQUILLAS KM 12.70
EL MARQUÉS	10553	SERVICIO LOS CUES, SA DE CV	AUTOPISTA MÉXICO-QUERETARO KM 196.75
QUERÉTARO	10582	COMBUCENTER S DE RL DE CV	AV. 5 DE FEBRERO #288 COL. LAS AMÉRICAS CP 76121
QUERÉTARO	10562	GABINO DELFINO CAMPOS CASTILLO	PROL. AV. CORREGIDORA NORTE # 1250 COL. PARQUES RESIDENCIALES CP 76085
QUERÉTARO	878	GASOLINERAS GRUPO MEXICANO, SA DE CV	AV. 5 DE FEBRERO ESQUINA I. ZARAGOZA. COL. CENTRO
QUERÉTARO	7309	JALAGAS, SA DE CV	CARRETERA A CHICHIMEQUILLAS 1101 COL. SAN PEDRITO PENUELAS CP 76184
QUERÉTARO	4882	ESTACIONES DE SERVICIO, SA DE CV	AV. 5 DE FEBRERO #809 COL. LA SIERRITA
QUERÉTARO	5804	ESTACIÓN JURIQUILLA, SA DE CV	BLVD. DE LAS CIENCIAS # 3001 COL. JURIQUILLA CP 76230
QUERÉTARO	8456	ZENALVA DE QUERÉTARO, SA DE CV	CARRT. QUERÉTARO-SAN LUIS POTOSÍ KM 27+841 CP 76000
QUERÉTARO	4235	GASOLINERAS GRUPO MEXICANO, SA DE CV	AV. LUIS VEGA Y MONRROY # 400 ESQ. AV.CIMATARIO COL. PLAZAS DEL SOL
QUERÉTARO	5505	ESTACIONES DE SERVICIO, SA DE CV	CARRT. QUERÉTARO-SAN LUIS POTOSÍ KM 10+400 COL. LOC. EL SALITRE CP 76138
QUERÉTARO	4664	GASOLINERAS GRUPO MEXICANO, SA DE CV	AV. DEL SOL #1 COL. FACC. DEL SOL
QUERÉTARO	4688	SERVICIO AUDITORIO, SA DE CV	AV. CONSTITUYENTES OTE. # 71 CP 76000
QUERÉTARO	7538	ERGOPE, SA DE CV	AVENIDA PIE DE LA CUESTA # 2301 COL. LOMAS DE SAN PEDRITO PEÑUELAS CP 76130

Para mayor información te invitamos a que conozcas el Semáforo de Gasolineras de **Profeco** en profeco.gob.mx.

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por Profeco pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

suscríbete

En entrevista para Ganar Salud®, la Dra. María Luisa Ponce López, Vicepresidenta de la Academia Mexicana para el Estudio de la Obesidad, afirma que desarrollar hábitos alimentarios saludables y la actividad física en toda la familia son el inicio de una conversión hacia una vida sana, tanto para el niño como para los padres, y esto requiere educación alimentaria y nutricional.

Aprovecha la **suscripción anual** y obtén **dos meses más ¡Gratis!** Sólo **$300**

GanarSalud

La revista que **te cuida**

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición
Salud Mental • Sexualidad • Del Siglo XXI • Medicina del Deporte y **¡Mucho Más!**

¡Suscríbete ya!: 5515 3825 ó 5515 3818, suscribete@ganarsalud.com

HIPERTENSIÓN: EL MAL SIGILOSO

"Asesino silencioso" es la descripción más común para esta enfermedad. También es la mejor: al no presentar síntomas, el diagnóstico puede llegar demasiado tarde con los ataques cardiacos, hemorragias cerebrales y hasta la muerte. Tú puedes prevenirla: dale batalla informándote.

El nombre parece explicarlo todo, pero no las nefastas consecuencias. La hipertensión arterial consiste en el aumento de la presión de la sangre en las arterias, esto hace que el corazón trabaje en exceso y con el tiempo se debilite. De no recibir un tratamiento a tiempo y adecuado puede producir infartos, accidentes cerebrovasculares, aneurismas, insuficiencia renal, entre otras complicaciones.

Esta enfermedad es considerada una epidemia global, tan solo en México más de 17 millones de personas mayores de 20 años sufren de hipertensión. En términos más simples: aproximadamente dos de cada 12 mexicanos son hipertensos, y solo uno de cada dos lo sabe, revelan el Instituto Mexicano del Seguro Social y la Secretaría de Salud. Mientras que a nivel mundial una de cada seis personas la padece y solo un 12% está en tratamiento, informa la Liga Mundial de Hipertensión (World Hypertension League).

Cuando te acecha

La hipertensión no es como la gripe que se puede contagiar, más bien se desarrolla por diversos factores, entre ellos una alimentación poco saludable (saturada en sal, principalmente), llevar una vida sedentaria, tener alguna afección en el corazón o riñones, o por herencia.

"En la mayor parte de los casos de hipertensión no existe una sola causa que provoque su aparición, pero es importante considerar factores como la edad, el grado de estrés, la actividad física y el tipo de alimentación", comenta el doctor Guillermo Saturno Chiu, jefe del Servicio de Hospitalización de Adultos, del Hospital de Cardiología del Centro Médico Nacional Siglo XXI.

Sin duda, la edad es un aspecto que influye para desarrollarla, ya que al pasar los años, al igual que otros órganos, las arterías van perdiendo funcionalidad. En México, más del 60% de las personas mayores de 60 años de edad son hipertensas, revela la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006.

Fumar, beber alcohol, el sobrepeso y la obesidad también pueden estar asociados con la hipertensión, de acuerdo con el doctor Guillermo Ceballos Reyes, presidente de la Asociación Mexicana para la Prevención de la Ateroesclerosis y sus Complicaciones.

Ambos especialistas coinciden en que hay casos en que la hipertensión es hereditaria, se transmite de padres a hijos y es imposible prevenirla, pero llevar una vida saludable ayuda a evitar que se presente a una edad temprana.

"Si una persona tiene la información genética para presentarla, pero hace ejercicio y lleva una buena alimentación con bajo consumo en sal, ganará en no desarrollarla a los 30 años de edad, sino hasta los 60 años de edad, por ejemplo", comenta el doctor Saturno.

Diversos estudios demuestran que cerca del 40% de los casos de hipertensión son atribuibles a cuestiones genéticas, pero destacan que para desarrollarla también cuentan los hábitos y el estilo de vida de las personas.

Identificar al criminal

Una persona es considerada hipertensa cuando su presión arterial es mayor de 140/90 milímetros de mercurio por periodo prolongado de tiempo (días, meses y años). Para diagnosticarla certeramente, es necesario que acudas al médico, porque al tomarte la presión en casa, quizá la encuentres elevada por alguna emoción fuerte y eso es poco confiable.

"Cuando tienes una emoción fuerte como un susto, es posible que liberes hormonas como la adrenalina y tu presión arterial se eleve, pero una vez que estás tranquilo, la presión regresa a la normalidad. Esto no significa que seas hipertenso", explica el doctor Ceballos.

Por otro lado, existe el mito de que los dolores de cabeza, los zumbidos en los oídos y el sangrado de la nariz son síntomas de la hipertensión, pero la realidad es que pueden ser evidencias de otra enfermedad.

Cuando se trata de tomar la presión arterial, nada como hacerse un buen chequeo médico. Posiblemente el doctor utilice el sistema de MAPA, el cual es un aparato que te colocan para medirte la presión durante varios días. Otro recurso que los médicos utilizan es tomar la presión con un baumanómetro de mercurio o un esfigmomanómetro y ordenar estudios de laboratorio como la biometría hemática.

Pero, ¿qué tan peligrosas son las complicaciones derivadas de este mal? Existen órganos del cuerpo que sucumben primero que otros. Estas son solo las principales consecuencias y quizá las más lamentables:

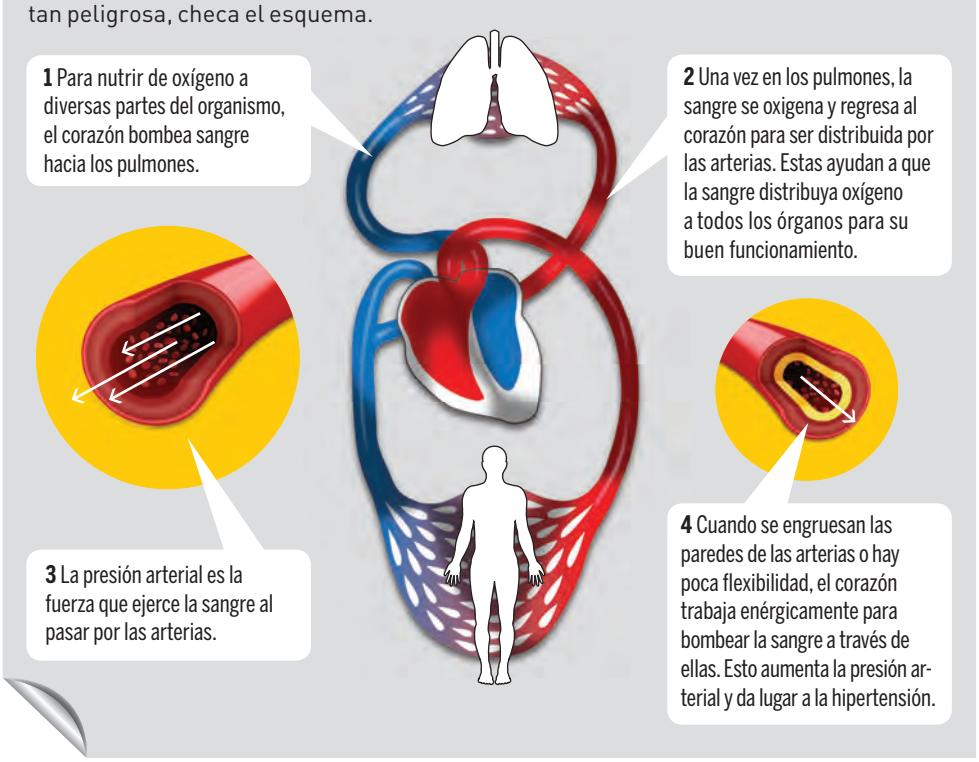
↘ **El corazón.** Al trabajar más para llevar sangre a todo el cuerpo, el corazón puede llegar a presentar cardiopatía isquémica (infartos, angina de pecho, entre otros), que es la principal causa de muerte en las personas mayores de 60 años y la segunda en las personas de entre 15 a 59 años, informa la Organización Mundial de la Salud.

↘ **Las arterias del cerebro.** Al engrosarse y perder flexibilidad, las arterias del cerebro pueden bloquearse con coágulos de sangre o reventarse, ocasionando que el oxígeno no llegue al cerebro y ocurran los accidentes cerebrovasculares. En los casos cerebrovasculares más severos existe el riesgo de que las personas pierdan el habla, la vista e, incluso, las funciones motoras

↘ **Los riñones.** La hipertensión también afecta los riñones. ¿Cómo? Al no recibir suficiente oxígeno, es posible que dejen de eliminar los desechos y el exceso de líquido del cuerpo, lo que causa insuficiencia renal. De no recibir atención oportuna, esta enfermedad también puede afectar otras partes del cuerpo. Toma en cuenta que las arterias están por todo el organismo y llevan oxígeno a cada órgano. Algunos daños que puede ocasionar son dolor al caminar y en los hombres hasta disfunción eréctil.

↘ ATAQUE SORPRESIVO

Puede suceder que hasta por 10 años la hipertensión arterial pase desapercibida, tiempo suficiente para dañar diferentes órganos del cuerpo. Para entender por qué es tan peligrosa, checa el esquema.



¿Sin escape?

Cuando el diagnóstico médico confirma que eres hipertenso, antes de creer que es tu fin, te tenemos dos noticias: una mala y una buena. La mala es que la hipertensión no se cura, y la buena es que la puedes controlar, para ello existen diversos tratamientos que van acorde al grado de hipertensión que presentes.

"Hay una amplia variedad de medicamentos para controlar la hipertensión: diuréticos, inhibidores de angiotensina, vasodilatadores directos... pero cada uno de ellos se receta de acuerdo con el tipo de hipertensión y de las características de las personas", afirma el doctor Saturno.

↘ **¿Es caro el tratamiento?** Las medicinas tienen un precio entre 43 y 500 pesos y pueden durar hasta un mes. Un estudio realizado

por el Instituto de Salud Pública de México durante 2000, da a conocer que un hipertenso puede invertir en su salud casi 4 mil pesos al año, sin contemplar complicaciones.

Pero no se trata de llegar a esto. Sí hay escapatoria de este mal sigiloso. Aunque ya seas hipertenso, los siguientes consejos pueden ayudarte a llevar una mejor calidad de vida. Y si no lo eres, qué mejor que seguirlos para evitar todas las temibles complicaciones que ya hemos mencionado:

No te eches la sal ¿Antes de probar la comida ya le estás echando sal? Aunque este mineral facilita la digestión, mantiene el balance hídrico del organismo, ayuda a la actividad muscular y transmite impulsos nerviosos, solo se requiere una cantidad mínima, de lo contrario podría generar un aumento en la presión arterial. Una ingesta normal de sal en un adulto debe ser de unos 2.5 gramos al día (la mitad de una cucharada cafetera), mientras que el consumo promedio de los mexicanos es de 5 g, es decir, una cucharada cafetera al día. También, a la hora de comprar alimentos, evita los que tengan alto contenido de sodio. ¿Cómo reconocerlos? Fíjate en la etiqueta.

¿Antes de probar la comida, ya le estás echando sal? Cuidado, esta podría generar un aumento en tu presión arterial.

SIGNOS DE ALERTA

Una vez al año realízate un chequeo de la presión, de preferencia con el médico. Es muy importante que 30 minutos antes de la revisión evites fumar o tomar café. Si tienes la presión alta, será necesario medirla más de dos veces, con un descanso de un minuto entre lecturas.

Medida	Presión sistólica (es la fuerza con la que el corazón bombea sangre)	Presión diastólica (tiene relación con el "descanso" que realiza el corazón entre cada latido)
Normal	menos a 130	menor a 85
Normal alta (riesgo)	130-13	85-8
Hipertensión		
Estadio 1 (leve)	140-159	90-99
Estadio 2 (moderada)	160-179	100-109
Estadio 3 (severa)	180-209	110-119
Estadio 4 (grave)	más de 210	más de 120

¿TE TIENE EN LA MIRA?

La hipertensión arterial puede presentarse desde la infancia, pero es más frecuente a partir de los 45 años. Recuerda que existen muchos hábitos poco saludables (si presentas más de uno, tienes más probabilidades de ser hipertenso) y enfermedades que la provocan.

Hipertensión arterial primaria (90% de los casos se deben a hábitos poco saludables)	Hipertensión arterial secundaria (10% de los casos se deben a una enfermedad)
• Sobrepeso y obesidad • Sedentarismo • Experimentar estrés constante • Consumo excesivo de alimentos que son ricos en sodio y muy bajos en potasio • Pobre ingesta de verduras y frutas • Abuso en el consumo de alcohol y drogas • Tabaquismo • Consumir medicamentos vasoconstrictores, AINES, esteroides y contraceptivos • Antecedentes hereditarios de hipertensión	• Apnea del sueño • Problemas de la tiroides • Insuficiencia renal crónica • Enfermedad renovascular • Feocromocitoma • Coartación de la aorta • Enfermedad tiroidea o paratiroidea • Síndrome de Cushing • Terapia hormonal tiroidea para bajar de peso (también llamada iatrogénico) • Insuficiencia aórtica • Acromegalia • Tumores secretores de renina • Embarazo complicado por preclampsia

Fuente Boletín de Práctica Médica Efectiva, octubre de 2006, Instituto Nacional de Salud Publica

Come bien y actívate. Debes moderar tu consumo de carnes saladas y ahumadas, así como de alimentos enlatados. Recuerda que también es importante comer frutas y verduras diariamente. Además, para evitar el estrés y la obesidad, realiza 30 minutos de actividad física continuos, todos los días.

Tómalo por el lado amable. Es un hecho, beber alcohol en grandes cantidades está asociado a una mayor tasa de mortalidad cardiovascular. Recuerda que este tipo de padecimientos también tienen su origen en la hipertensión. Evita consumir más de 33 mililitros de alcohol al día. Para darte una idea, un litro de cerveza podría contener alrededor de 41 mililitros de alcohol.

Para no chupar faros. Aquí otro dato contundente: el tabaco mata hasta a la mitad de quienes lo consumen, según la Organización Mundial de la Salud. Por su parte, la Federación Mundial del Corazón explica que fumar aumenta el riesgo de desarrollar hipertensión arterial, debido a que se daña el endotelio (el revestimiento de las arterias), aumenta los depósitos de grasa en las arterias y la coagulación, además de promover el espasmo de la arteria coronaria.

Cuando se trata de cuidar tu salud, más vale exagerar y acudir al médico aunque sea por una simple toma de presión cuando menos una vez al año, sobre todo si en tu familia hay casos de personas hipertensas. La salud es nuestra mayor posesión. Dale valor hoy y no cuando sea demasiado tarde. ***—Nayarai Sánchez***

CONAMED 15

15 años de solucionar controversias en salud

Si tienes una diferencia con tu médico llama a la CONAMED.

La CONAMED es una institución especializada, donde gratuitamente, a través de la orientación, la conciliación y el arbitraje les ayudamos a encontrar la solución justa.

5420 7000 **Lada sin costo 01 800 711 0658**

Vivir Mejor

http://www.conamed.gob.mx
orientacion@conamed.gob.mx

GOBIERNO FEDERAL

ALIANZA POR UN MÉXICO SANO

SALUD

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Fruta buena y bonita

Si cada vez que vas a comprar tus alimentos te asaltan las dudas sobre cómo elegir los mejores, te presentamos esta nueva sección en donde el chef Édgar te brinda prácticos consejos para elegir ingredientes de primera. Comencemos entonces con las sanas frutas.

¿Dónde comprar fruta? Aunque muchos consideran que la fruta de los supermercados puede no estar fresca, para el chef Édgar eso es relativo. De cualquier forma, el experto sugiere que la adquieras de preferencia en el mercado tradicional, ya que encontrarás una gran variedad. Para garantizar que provenga de un cultivo natural y libre de pesticidas, es buena idea adquirirla con pequeños productores.

Por otro lado, independientemente de que elijas adquirir la fruta en un centro comercial o un mercado, para el chef es importante que siempre te fijes en que no esté aguada o seca. "La fruta, cuando es arrancada de la planta, poco a poco empieza a perder la pectina (la proteína que hace que tenga firmeza), el agua y los nutrientes, entre otras cosas."

Foto Rodolfo Valtierra

La mejor para esta época

Algo que caracteriza al invierno más allá del frío son las frecuentes infecciones respiratorias. "Sin duda, la naturaleza es tan sabia que produce justo los alimentos que necesitamos consumir en esta época: frutas cítricas que son ricas en vitamina C, la cual ayuda a fortalecer al sistema inmunológico", indica el chef Edgar.

Existe una amplia variedad de frutas cítricas como la naranja, la mandarina, la lima, la guayaba, entre otras. Otras frutas para consumir en noviembre son calabaza, manzana amarilla y durazno. "Sin duda comprar fruta de temporada es mucho más sano y barato".

Para que dure

Edgar sugiere que antes de seleccionar y comprar fruta, es importante fijarse en el brillo de su cáscara. Aunque esto no garantiza que dure toda la semana: "Las frutas, al ser extraídas del cultivo, van perdiendo su frescura. Por eso lo ideal es que las compres cada tercer día", explica.

Otro aspecto importante a considerar al llegar a casa: separa las manzanas de las demás frutas, ya que desprenden etileno, un tipo de alcohol que favorece la maduración.

SOBRE NUESTRO CHEF

Amante del dulce sabor de la lima, Edgar Núñez Magaña es uno de los jóvenes cocineros mexicanos más sobresalientes. Participa en el programa "Hombres en la cocina", que se transmite en el canal Utilísima de lunes a viernes a las 9:30 de la noche. Síguelo en Twitter: @EdgarNunezM.

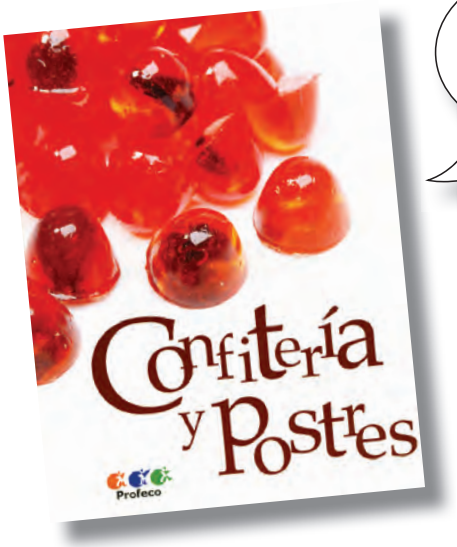
No debas letras, mejor cómpralas

Por nuestro 35 aniversario...*
¡Suscríbete a la Revista del Consumidor y te regalamos el libro de *Confitería y postres*!

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Profeco

CONOCE LOS LIBROS DE CONSUMO INTELIGENTE PUBLICADOS POR PROFECO:



$96

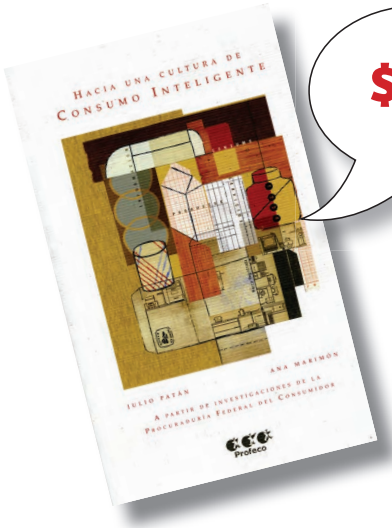
Confitería y postres
La mejor y más dulce colección de Tecnologías Domésticas Profeco para hacer en casa

$104

Políticas públicas de consumo
Antología de temas selectos de consumo, concebidos por especialistas mundiales en el tema

$128

Primeros auxilios para el planeta azul
Ecología para pequeños consumidores. Pasta dura, completamente ilustrado



$112

Hacia una cultura de consumo inteligente
Reflexiones sobre los Siete Pasos del Consumo Inteligente para empoderar a los consumidores

*Promoción válida durante el mes de noviembre.

Adquiérelos en el Centro de Documentación de Profeco (Cedoc) ubicado en José Vasconcelos 208, planta baja, colonia Condesa, México, Distrito Federal. Para más información llama al Teléfono del Consumidor: 5568 8722 desde el DF y 01 800 468 8722 desde cualquier otra parte del país, o envía un correo electrónico a memaldonador@profeco.gob.mx

Tú tienes el poder, y Profeco te respalda

Vivir Mejor

Crema semisólida para

Tiempo de preparación: 30 min.

Caducidad: 6 meses

Rendimiento: 190 ml

INGREDIENTES

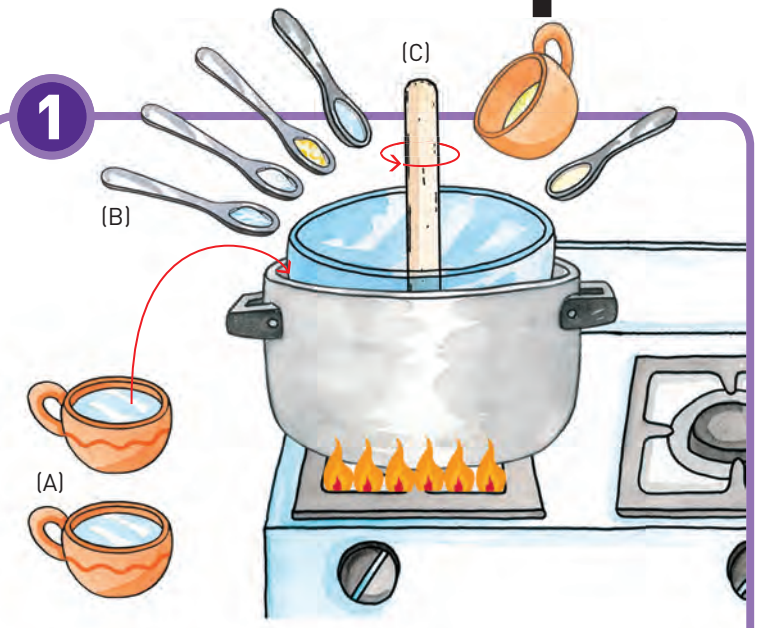
- 2 ½ tazas de agua
- 2 cucharadas de ácido esteárico
- 1 ¼ de cucharada de lanolina
- 1 cucharada de cera blanca rayada
- ¾ de cucharada de alcohol cetílico
- ¾ de cucharada de glicerina
- ½ cucharada de trietanolamina
- ¼ de cucharadita de esencia floral
- 2/3 de taza de aceite de oliva

• Puedes sustituir el aceite de oliva por algún otro aceite, como el de almendras, aguacate o germen de trigo.
• Todos los ingredientes se consiguen en farmacias grandes o droguerías.

UTENSILIOS

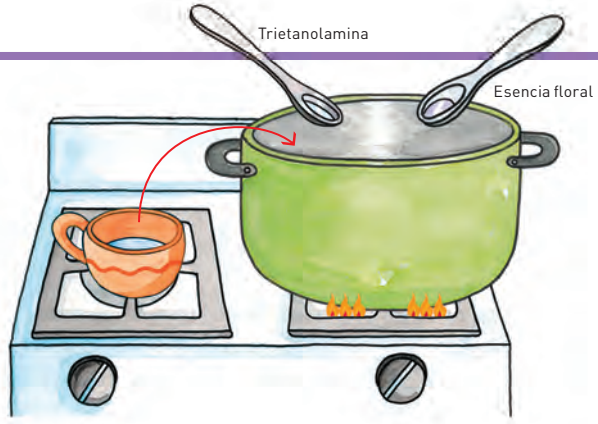
Cacerola con capacidad de 2.5 litros, cacerola de 2 litros, tazón de vidrio pequeño, abatelenguas y tarro de plástico de 200 ml con tapa.

1



(A) Pon a hervir 2 tazas de agua en la cacerola de 2.5 litros. (B) Coloca dentro el tazón para formar un baño María y vierte en este la cera blanca, el ácido esteárico, la lanolina, el alcohol cetílico, el aceite de oliva y la glicerina. (C) Revuelve constantemente con el abatelenguas hasta que se fundan perfectamente.

2



Mientras transcurre el paso anterior, calienta en la otra cacerola el resto del agua. En cuanto comience a hervir reduce el fuego al mínimo y agrega la trietanolamina y la esencia.

Validación técnica del maestro en ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra.

“La crema es ideal para otoño e invierno cuando el clima suele resecar la piel. La buena alimentación también ayuda a humectarla y protegerla, así que consume frutas, verduras y semillas oleaginosas, entre ellas almendras y nueces.”

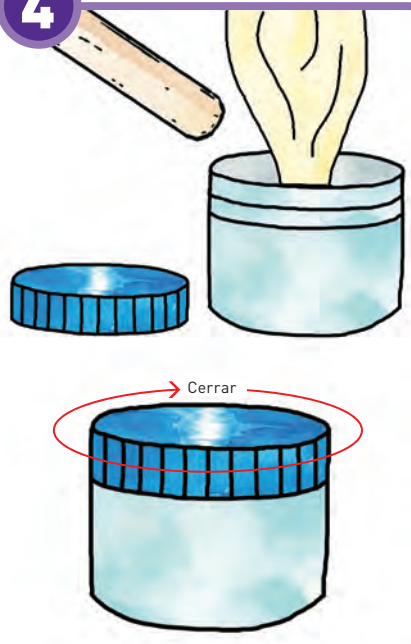
la piel

En las Tecnologías Domésticas Profeco se consideran las siguientes equivalencias: 1 cucharada (TBS: *table spoon*) = 15 ml, 1 cucharadita (*tea spoon*) = 5 ml, 1 taza = 250 ml

3

Vierte muy lentamente la mezcla de las ceras en la del agua a la vez que agitas para emulsionar. Continúa batiendo suavemente hasta que se entibie.

4



Por último, vierte la crema en el tarro con ayuda del abatelenguas y tápalo.

RECOMENDACIONES

• Te sugerimos aplicar la crema principalmente en las manos, aunque también puedes usarla en la piel de todo el cuerpo.

• Para comprobar que no existe alergia o sensibilidad a alguno de los componentes, aplica una pequeña cantidad en una zona del cuerpo y verifica que no se presenten reacciones adversas como comezón, irritación o enrojecimiento.

CONSERVACIÓN

Esta crema semisólida para piel reseca debe almacenarse en un lugar fresco, seco y oscuro, lejos del alcance de los niños pequeños.

Veracidad de altos vuelos

Si te gusta viajar, seguramente ya has visto de todo en la búsqueda de la mejor tarifa: cupones de descuento, promociones 2x1, compras a meses sin intereses y los populares tours. Sin embargo, la desilusión puede llegar cuando ya estás con maletas y boletos en mano.

Gráficos Bachan

CONCILIACIÓN DE PRIMERA CLASE

Estas son las aerolíneas con las que puedes conciliar en línea en **concilianet.profeco.gob.mx**

YA ESTÁN INCORPORADAS:
Aeroméxico
Volaris
LAN
VivaAerobus

PRÓXIMOS A INCORPORARSE:
Avianca
Aviateca
Lacsa
Taca Perú
Taca

Las campañas publicitarias a través de internet son, en la actualidad, uno de los medios más utilizados por los prestadores de bienes y servicios para promocionarse (agencias de viajes y aerolíneas principalmente). Sin embargo, algunas de las más sorprendentes y atractivas promociones u ofertas no siempre contienen información cierta o confiable.

Según la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), la publicidad debe ser veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que puedan ser engañosas o abusivas. Desafortunadamente, existen aerolíneas y agencias de viaje que no siempre cumplen con lo previsto en dicha Ley. Los casos más comunes de publicidad que puede llevar a engaño o abuso por parte de los proveedores incluyen promociones en las que no se aclara si el precio anunciado es el de un viaje sencillo o redondo. Otro gancho publicitario frecuente e indebido es no señalar las fechas en las que aplica la promoción. ¿Un ejemplo? Cuando se anuncian vuelos a 500 pesos y no se explica que solo puedes viajar a ciertas rutas en determinadas fechas.

¿Y qué tal el ya tradicional "aplican términos y condiciones"? Esta leyenda la identificas generalmente en letras chiquitas o en la voz que habla muy rápido en comerciales de radio o televisión. Una empresa puede aplicar restricciones en su publicidad, pero únicamente si especifica cuáles son o indica dónde se puede encontrar la información completa, la cual, además, debe ser de fácil acceso.

En efecto, la clave de la publicidad engañosa de las compañías aéreas está en los clásicos "términos y condiciones", ya que detrás de estos se encuentra valiosa información que nunca debe ocultarse. Es el caso de la vigencia de la oferta, cantidad de boletos en existencia, a quiénes aplica (niños o adultos), destinos, medio de pago (tarjeta de crédito, efectivo, etcétera), así como las fechas y horarios en los que la promoción es válida.

De igual forma, para mantenerte en guardia con la publicidad de las agencias de viajes debes verificar que la empresa te brinde información completa sobre las especificaciones del paquete ofertado, por ejemplo, destino, itinerario, ubicación y categoría del alojamiento, si se incluyen alimentos, bebidas o servicios relacionados (excursiones o visitas).

No caigas en la trampa

Ante la proliferación de esta publicidad engañosa y/o abusiva, la mejor posición que puedes adoptar es mantener una actitud crítica y ejercer los principios del consumo inteligente. Para ello, antes de comprar un boleto de avión, reservar un hotel o contratar un paquete de viaje, pregunta por el precio total a pagar; indaga también sobre las características del servicio o qué incluye. En caso de que haya una promoción u oferta de por medio, considera las restricciones o condiciones de esta, así como su vigencia.

Para ayudarte a identificar aquella publicidad que pudiera confundirte, te presentamos en la parte inferior de esta página los resultados de un monitoreo de publicidad relativa a aerolíneas y agencias de viajes realizado por **Profeco**, mediante el cual se identificaron las principales irregularidades en que incurren los anunciantes

El análisis del monitoreo arrojó que la mayoría de estas empresas podrían encontrarse constantemente en incumplimiento del artículo 7 bis de la LFPC, al no informar sobre el monto total a pagar por los servicios o productos que ofrecen al consumidor. Es el caso de aquellas ofertas en las que, si

RESULTADOS DEL MONITOREO DE PUBLICIDAD

La Dirección de Publicidad y Normas de Profeco realizó un monitoreo de mensajes publicitarios en medios impresos, internet y televisión a 44 agencias de viajes y 15 aerolíneas. El monitoreo se realizó durante septiembre de 2011, con el fin de detectar posible publicidad engañosa.

AGENCIAS DE VIAJES

- **57%** podría incurrir en al menos una violación a la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- **14%** utiliza frases o leyendas que deben comprobarse.
- **30%** no informa del monto total a pagar.
- **7%** ofrece su información en idioma extranjero.
- **20%** no informa sobre el costo anual total (CAT) cuando se trata de compras a crédito.
- **9%** no especifica cuáles son las restricciones y precios sujetos a "cambios sin previo aviso".
- **14%** presenta promociones que perdieron vigencia.

Frases sujetas a comprobación:

- "Siempre tendrá los mejores precios para su diversión y entretenimiento".
- "El mejor precio, garantizado".
- "Calidad a tu servicio 24 horas".

AEROLÍNEAS

- **47%** presenta posibles incumplimientos a la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- **27%** no exhibe el monto total a pagar.
- **27%** muestra información sujeta a comprobación y que puede inducir a error por engañosa o abusiva.
- **20%** no indica cuáles son las condiciones y restricciones de sus promociones.
- **20%** no indica el costo anual total en servicios pagados a crédito.

bien aparece una tarifa muy barata en el sitio de internet, cuando decides comprar el boleto resulta que el monto total a pagar es una cantidad mayor, pues se agregan los impuestos y otros cargos que no aparecían en la oferta publicitada.

La Ley define las promociones, en general, como prácticas comerciales que ofrecen bienes o servicios con el incentivo de proporcionar otro bien o servicio, igual o diverso, a precio reducido o a un solo precio. Las aerolíneas, por ejemplo, suelen realizar promociones de reducción de tarifas durante algunos días del mes o en ciertos destinos. Los hoteles también pueden aplicar promociones, como hospedaje gratuito para los niños en una reservación de una familia.

Sin embargo, la publicidad sobre promociones también puede contener información falsa o inexacta, por lo que hay que tener cuidado de no caer en engaños. El artículo 48 de la LFPC respalda a los consumidores ante las promociones, pues obliga a las empresas a indicar condiciones, plazo de duración y volumen de los bienes o servicios ofrecidos en cada promoción. Si de pronto te enteras de una promoción que te parece perfecta para tus próximas vacaciones, pero no contiene la información completa, no te olvides de mantener una actitud de alerta y exige que la empresa resuelva todas tus dudas antes de comprar.

Te recordamos que de acuerdo con la LFPC la empresa está obligada a hacer válida la promoción a todo aquel consumidor que cumpla con los requisitos respectivos. Si esto no sucede, puedes exigir al proveedor que cumpla con lo ofrecido acudiendo ante **Profeco** para que te defienda. Con tu participación podremos evitar que las malas prácticas comerciales continúen.

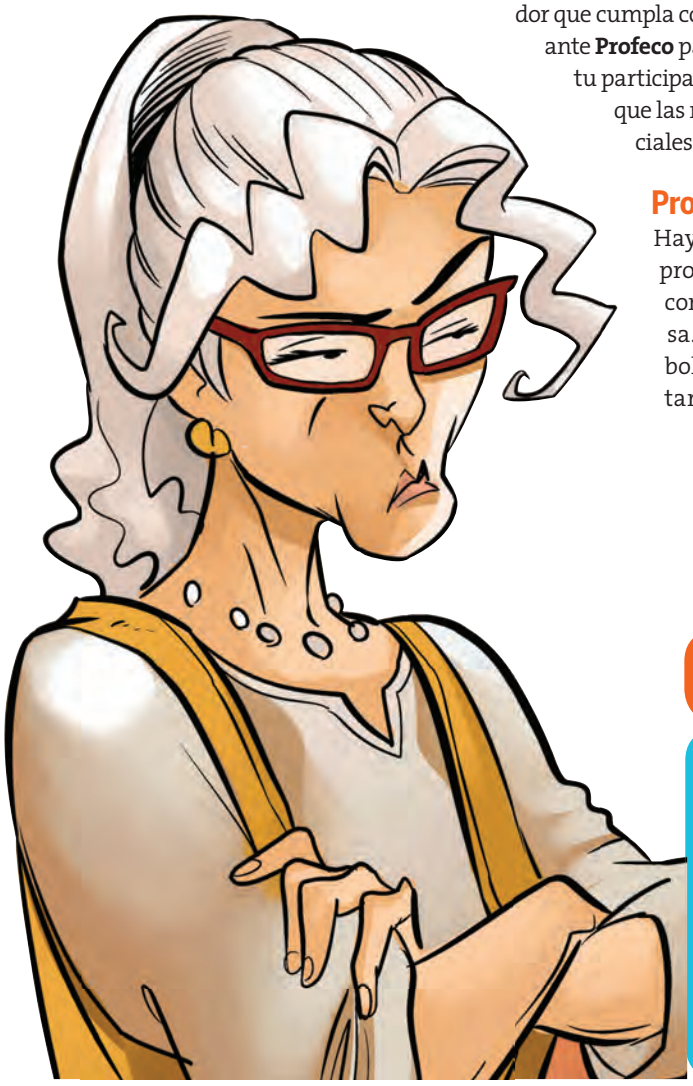
Profeco te respalda

Hay dos formas de resolver problemas relacionados con publicidad engañosa. Si antes de comprar un boleto de avión o contratar un servicio turístico te percatas de que cierta publicidad podría ser engañosa, te invitamos a denunciarlo ante **Profeco**. Gracias a tu participación, la Procuraduría podrá iniciar procedimientos y, en su caso, imponer sanciones, con lo que se evitará que otros consumidores sean engañados.

Por otra parte, cuando ya contrataste un servicio y el proveedor te incumplió, podrás presentar una queja ante **Profeco**, ya sea en sus oficinas centrales o en cualquiera de sus delegaciones. De esta forma, **Profeco** iniciará un procedimiento mediante el cual buscará encontrar una solución satisfactoria a tu inconformidad.

Además, **Profeco** ha instrumentado diversas acciones para combatir la publicidad engañosa, que van desde advertencias, requerimientos de información, exhortos a modificar publicidad hasta ordenar la suspensión de la misma o multar al proveedor. La finalidad es protegerte de los mensajes publicitarios que pueden inducirte a tomar una decisión de compra equivocada o la contratación de un servicio con una calidad menor a la ofrecida

Por ello, la próxima vez que te sientas tentado por una irresistible promoción, verifica primero que la publicidad sea veraz, que no presente información parcial o poco clara, y que esté ausente de mensajes que puedan inducirte a error o engaño.



PARA NO CAER EN ENGAÑOS

Antes de comprar un servicio turístico atraído por un anuncio o promoción cuida que este contenga la siguiente información:

1 Precio total a pagar.
2 Características de todo lo que incluye el servicio o paquete por el precio ofrecido.
3 En caso de que haya restricciones, éstas deben exponerse claramente.
4 Vigencia de la promoción.

¡Que no le digan, que no le cuenten!

Aquí encontrarás un tipo de promesas publicitarias que de ninguna manera te sonarán ajenas. Todos los consumidores convivimos con lo absurdo, en muchas ocasiones. Detengámonos un momento para analizar estas "joyas".

Caso 1:

¡Pulseras Holográficas de la Vida Eterna!

"En nuestra pulsera hay dos hologramas patentadísimos que se ponen a vibrar con la misma frecuencia que tu 'yo' más interno y las fuerzas benéficas ancestrales de la naturaleza. Eso solo puede significar una cosa: el fin de todos tus problemas."

Realidad:

¿Sabes qué ocurre cuando les pedimos a fabricantes de este tipo de productos que comprueben que han descubierto la fórmula secreta de la salud (como se puede inferir por su publicidad)? En efecto: no logran comprobar nada. Quién sabe por qué.

Caso 2:

¡Champú Cabellera-a-Mí!

"¡Sabemos que la caída de pelo es lo peor que le ha pasado en la vida, en términos de autoestima! Pero pare de sufrir: solo nuestro champú conoce los verdaderos-y-únicos ingredientes naturales que regeneran el cabello (es obvio que solo lo natural es confiable, ¿cierto?). ¡Éxito en el 97.3% de los casos! Además, ¡el 86% de los consumidores nos prefiere!"

Realidad:

En el campo de la cosmética se observa con frecuencia una de las formas de la publicidad engañosa: la exageración. O puedes verlo también así: se busca equiparar un alcance cosmético o meramente auxiliar con una solución médica absoluta. Además, ¿te has puesto a pensar cómo podrían obtener los fabricantes cifras tan pretendidamente exactas (éxito en el 97.3% de los casos)? Es una mímica de investigación científica.

Caso 3: ¡Los tenis Súper Gimnasio en las Suelas! *

"¡Los poderosos imanes biomagnéticos (sic) sintonizados con energía de la Madre Tierra, y la forma especialísima de nuestros tenis (diseñados por científicos alemanes) lograrán que tengas un cuerpo escultural con solo calzártelos! (aumentarán, especialmente, tus glúteos).

Realidad:

Casi todos queremos llegar a la cima de la montaña sin necesidad de subir la cuesta. Suponemos que por estos rasgos hay fabricantes de calzado que venden este tipo de ilusiones. No lo dudes: solo el ejercicio diario y la dieta adecuada son capaces de mantenerte en forma.

***** Ninguna de estas formas de frases publicitarias (ni productos) es verídica. Aunque están basadas en casos recurrentes, exageran su sentido para poner de relieve lo engañosas que pueden ser.

FICHA TÉCNICA

- **PERIODO DEL ESTUDIO:** del 24 de mayo al 14 de septiembre de 2011
- **PERIODO DE MUESTREO:** del 24 de mayo al 22 de julio de 2011

- **PRUEBAS REALIZADAS:** 6,396
- **MARCAS ANALIZADAS:** 35

Estudio de calidad:
alimento seco para cachorros

Tras la huella de la mejor croqueta

Sus etiquetas te ofrecen muchos beneficios para tu mascota: pelaje brilloso, músculos fuertes, heces firmes, dientes y huesos sanos... Aquí te decimos quiénes cumplen con sus promesas y proporcionan una alimentación balanceada.

A

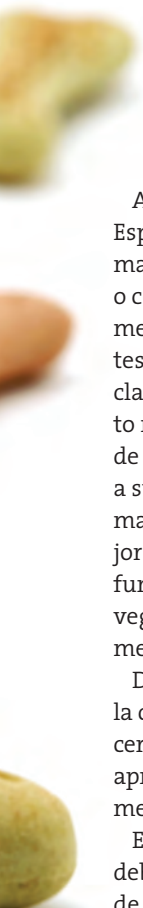
Alimentar a tu mascota con sobrantes de comida casera no es la mejor idea. Por suerte, cada vez menos personas alimentan a sus perros de este modo, por lo que el consumo de productos manufacturados ha aumentado y con él la variedad de marcas y tipos de alimentos con formulaciones para perros en todas sus etapas de vida, para todas las razas o para una raza en específico; de consistencia seca, húmeda o semihúmeda... en fin, un mercado muy diverso. En esta ocasión centraremos nuestra atención en los alimentos secos para cachorros.

De manera general se considera a un perro como cachorro desde que nace hasta un año de edad, aunque existen variaciones entre razas: las pequeñas alcanzan la etapa adulta antes del año y las razas grandes después del año. La nutrición tiene un papel relevante en la salud y el desarrollo en los perros en crecimiento, además de producir efectos directos sobre el sistema inmunológico, la composición corporal, la velocidad de crecimiento y el desarrollo esquelético. Así que quien tiene un cachorro debe otorgarle una dieta nutritiva y equilibrada a través de alimentos de calidad que proporcionen los nutrientes necesarios para realizar sus funciones metabólicas. Recuerda que todo plan de alimentación para los cachorros tiene como finalidad crear un adulto sano.

Hay de croquetas a croquetas

Aunque la mayoría de los alimentos manufacturados indican en su empaque las porciones recomendadas para tu cachorro en su guía de alimentación, los requerimientos energéticos de los perros varían de acuerdo con su raza, edad, peso corporal y las actividades que desarrollan. Eres tú, con base en la observación de tu cachorro (y quizá con asesoría del médico veterinario), quien puede notar sus necesidades de alimentación. Eso sí, nunca debes dar una alimentación de libre acceso a tu mascota, ya que puede rebasar el aporte energético necesario, aumentando el riesgo de sufrir enfermedades como: obesidad, alteraciones metabólicas o inducir deformidades esqueléticas a una edad temprana.

Los fabricantes han conseguido (muchos de ellos con base en investigaciones serias) desarrollar fórmulas para crear alimentos que satisfagan las necesidades nutrimentales y gustos de tu mascota. Entre los productos que se encuentran en el mercado existen diferencias que obedecen a la cantidad y calidad de los ingredientes incluidos en su fórmula. De estas depende el grado en que tu mascota aprovechará el alimento.



Al respecto, la Norma Oficial Mexicana (NOM-012-ZOO-1993. Especificaciones para la regulación de productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por estos) que regula las características de los alimentos objeto este estudio, no indica qué cantidad de nutrientes debe incorporar cada tipo de alimento, ni establece alguna clasificación diferencial entre las distintas formulaciones. Esto resulta ser un asunto muy importante pues los ingredientes de una fórmula se aprovechan de diferente manera de acuerdo a su origen y calidad. Por ejemplo, las proteínas de origen animal como la del pollo, las carnes rojas o los pescados, son mejor aprovechadas para la formación muscular y para diferentes funciones fisiológicas. Mientras que las proteínas de origen vegetal brindan beneficios al cachorro, siempre que se complementen con el uso de otros ingredientes.

De la fórmula depende la digestibilidad del alimento, esto es, la cantidad de alimento que el cachorro requerirá para satisfacer sus necesidades nutricionales. A mayor digestibilidad mayor aprovechamiento, lo que repercute en una menor ración de alimento, menor cantidad de heces y mejor consistencia de estas.

El inconveniente es que la NOM solo dice que el etiquetado debe indicar un análisis garantizado, esto es, una declaración de las cantidades mínimas y máximas de los principios nutritivos del alimento, que por lo general incluyen los contenidos de humedad, proteína, grasa y fibra.

Ante la carencia de un marco regulatorio que establezca especificaciones mínimas que debe tener un alimento para cachorro, las diferentes empresas que fabrican estos productos toman como base lo que establecen organismos internacionales que se han dedicado a investigar las necesidades nutrimentales de los animales, tales como la NRC (National Research Council) y la AAFCO (American Association of Feed Control Officials).

Por todo lo anterior, dado que en el mercado no existe una clasificación normada y con el fin de orientarte mejor en tu decisión de compra, hicimos una clasificación de los alimentos. Para hacerlo revisamos las fórmulas de los productos, la calidad y cantidad de sus ingredientes, los controles de calidad que llevan las empresas para garantizar que sus productos tienen una producción adecuada y homogénea.

Así es como los clasificamos: Tipo AB, Tipo AE, Tipo AP y Tipo AS. No te preocupes, te damos las definiciones de cada categoría al inicio de las tablas de resultados. Así solo tendrás que definir qué tipo de producto es el que más se adapta a las necesidades de tu cachorro y a tus posibilidades de compra.

EL ESTUDIO

En este estudio se analizaron 35 marcas de alimento seco para cachorro que se comercializan en el Distrito Federal, aunque muchas de ellas tienen presencia a nivel nacional.

¿Qué buscamos? Comprobamos que cada una de las marcas cumpliera con el análisis garantizado que declara en su etiqueta, es decir, nos aseguramos de que cumplieran con los contenidos de proteína, grasa, humedad, fibra, calcio y fósforo, entre otros nutrientes, que dicen tener. Ve las tablas.

Por otro lado, y aun sin ser obligatorio, se corroboró que los productos cumplieran con los requerimientos de la AAFCO, que establece los requerimientos nutrimentales mínimos que debe contener un buen alimento para cachorros.

También analizamos la veracidad de sus leyendas y su calidad sanitaria (se comprobó la ausencia de microorganismos patógenos, como la salmonella). Además, aunque no fue un criterio para evaluar la calidad del producto, hemos incluido el costo promedio por kilogramo. Para calcular el costo se utilizó el precio al adquirir las muestras.

↘NUTRIENTES BÁSICOS DE LAS CROQUETAS

PROTEÍNA: es el elemento estructural para la formación de músculos, ligamentos, tendones, piel, pelo, uñas. Las fuentes de proteína más comunes en las croquetas son: harinas de origen vegetal (gluten de maíz, soya, canola) y animal (pollo, cerdo, res, pescado).

GRASA: se trata de la fuente más concentrada de energía y que aporta sabor al alimento. Las fuentes de grasa más comunes son cerdo, pollo, res, pescado y aceites vegetales (soya, maíz, girasol, canola).

CARBOHIDRATOS: son una fuente de energía rápida y de fibra. La fuente principal de carbohidratos en las croquetas son los cereales (arroz, maíz y trigo).

VITAMINAS Y MINERALES: intervienen en las funciones vitales del organismo. Algunas vitaminas: A, D, E, K, B1, B2, B3, B6, B12 y C. Algunos minerales: calcio, fósforo, sodio y zinc.

ALIMENTO SECO PARA CACHORROS "TIPO AB"

Cubre los requerimientos nutricionales indispensables del cachorro: está principalmente enfocado a que el cachorro lo consuma y satisfaga su apetito, por lo que son considerados productos de mantenimiento, aunque pueden traer algunas vitaminas y minerales para la nutrición. Este tipo de alimento, por lo general, produce heces abundantes y no firmes. Su formulación puede variar de lote a lote, dependiendo de la disponibilidad de ingredientes en el mercado. Son los más baratos.

	INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS AAFCO (1)	PATÓGENOS	ANÁLISIS GARANTIZADO (2)	COSTO POR KG
BELENES MAX **ALIMENTO PREMIUM PARA EL ÓPTIMO DESARROLLO DE TU CACHORRO** MÉXICO	**LEYENDAS QUE NO COMPRUEBA:** **1** "Biotecnología para un excelente desarrollo" **2** "La biodisponibilidad de sus ingredientes ayuda al sano y rápido crecimiento de tu mascota" **3** "Mejor aprovechamiento de los nutrientes" **4** "Consistencia en las heces" **5** "Biotecnología" y "Optima digestión" **LEYENDA EXAGERADA:** "Rico en lactobacilos, óptima digestión" **DECLARA:** **"Más energía",** cuando estos productos son energéticos por sus características.	Cumple	Ausente	Encontramos producto que no cumplió con el contenido mínimo de proteína garantizado	**$25**
CAN PRO **ALIMENTO BALANCEADO PARA PERRO CACHORROS DE 2 A 18 MESES** MÉXICO	**LEYENDA QUE NO COMPRUEBA:** "...el mejor inicio en la vida de su cachorro para ayudarlo a lograr vida saludable" **DECLARA:** **"... está hecho de carne de pollo"**, pero está hecho de harina de pollo. **" ... contiene leche de vaca en polvo"**, pero en sus ingredientes adiciona fórmula láctea, por lo que no es veraz.	Cumple	Ausente	Cumple	**$21**
CHEDRAUI **ALIMENTO PARA TODAS LAS RAZAS CACHORROS** MÉXICO	**LEYENDA QUE NO COMPRUEBA:** "Contiene una combinación especial de grasas y aceites que producen un pelo más brillante y saludable" **DECLARA:** **"Fórmula a base de carne y leche deshidratada"**, pero estos ingredientes por su contenido no son la base dentro de la fórmula. **"Contiene carne deshidratada que proporciona una nutrición adecuada"**, ingrediente que no se encuentra en la fórmula... Contiene harina de carne.	Cumple	Ausente	Cumple	**$25**
DIBAQ **ALIMENTO COMPLETO EXTRUSIONADO PARA CACHORROS** MÉXICO	**LEYENDA QUE NO COMPRUEBA:** "Naturalmente el mejor"	Cumple	Ausente	Encontramos producto que no cumplió con los contenidos mínimos de grasa y proteína garantizados	**$13**
DISNEY **ALIMENTO PARA PERROS CACHORRO** MÉXICO	**DECLARA:** **"Carne"**, pero lo que contiene es harina de carne.	Cumple	Ausente	Cumple	**$22.50**

		INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS AAFCO (1)	PATÓGENOS	ANÁLISIS GARANTIZADO (2)	COSTO POR KG
	FIDUS PUPPY CAMPI **ALIMENTO PARA CACHORRO** MÉXICO	**LEYENDA EXAGERADA:** "...obteniéndose una digestión perfecta" Declara: **"Contener remolacha"**, pero la fórmula no la contiene.	Cumple	Ausente	Cumple	**$13**
	MIMADOS **ALIMENTO PARA PERROS CACHORRO** COSTA RICA	**LEYENDAS QUE NO COMPRUEBA:** **1** "Alimentación balanceada para pelaje más brillante" **2** "Cachorro alimento para perros, alta palatabilidad" **3** "Excelente alimento al mejor precio" **4** "Proceso de cocción por estrucción brinda una alta digestibilidad de los nutrientes que junto con el adecuado balance nutricional estimula un excelente crecimiento y actividad del perro, formación de anticuerpos y adecuada respuesta de vacunación, buen pelaje, asegura la correcta mineralización en huesos y dientes. Ello aunado al hecho de que más del 60% de la proteína proveniente de fuentes de origen animal con excelente balance de aminoácidos". **5** "Un adecuado aporte de ácidos grasos esenciales Omega 3 y 6 que ayudan a prevenir el pelaje áspero y seco, caída de pelo, descamación de la piel, posibles úlceras epiteliales y paraqueratosis. Todo lo anterior aunado a la inclusión del complejo zinc metionina (fuente orgánica)". **6** "Se usan vitaminas protegidas para asegurar su estabilidad y antioxidantes (TBHQ), para evitar el encarecimiento de aceite y destrucción de las vitaminas".	Cumple	Ausente	Encontramos producto que no cumplió con el contenido mínimo de grasa garantizado	**$18**
	OI'ROY DOG FOOD **ALIMENTO 100% COMPLETO Y BALANCEADO PARA PERROS CACHORRO 2 A 18 MESES** MÉXICO	**LEYENDA QUE NO COMPRUEBA:** "...para que tu cachorro crezca con la mejor nutrición, gracias a su óptima combinación de cereales"	Cumple	Ausente	Cumple	**$21.50**
	SORIANA **ALIMENTO PARA CACHORRO** MÉXICO	Completa	Cumple	Ausente	Encontramos producto que no cumplió con el contenido mínimo de grasa garantizado	**$26.80**

(1) Los productos que cumplen con los "Requerimientos mínimos" contienen los requerimientos nutrimentales mínimos que un alimento debe tener de acuerdo con la American Association of Feed Control Officials (AAFCO).
(2) Cuando un producto cumple con el "Análisis garantizado" significa que, en efecto, contiene todos los nutrientes que dice tener en su etiqueta.

ALIMENTO SECO PARA CACHORROS "TIPO AE"

Además de cubrir los requerimientos nutricionales indispensables del cachorro, puede incluir algunos ingredientes funcionales*. Generan heces menos abundantes y más firmes que los clasificados como AB, porque debido a sus ingredientes su digestibilidad es mayor. Por sus características favorece una mejor aceptación por el cachorro. Su formulación puede variar de lote a lote, dependiendo de la disponibilidad de ingredientes en el mercado.

	INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS AAFCO (1)	PATÓGENOS	ANÁLISIS GARANTIZADO (2)	COSTO POR KG
CRUNCHY **ALIMENTO BALANCEADO PARA CACHORRO** ESPAÑA	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$57.50**
DOG CHOW **ALIMENTO PARA PERROS 100% COMPLETO Y BALANCEADO PARA CACHORROS** MÉXICO (3) y (4)	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$34**
GANADOR ORIGINAL **ALIMENTO PARA PERROS CACHORRO PARA TODAS LAS RAZAS** MÉXICO	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$30.50**
NUTRESCAN **ALIMENTO BALANCEADO PARA CACHORROS** MÉXICO	**LEYENDAS QUE NO COMPRUEBA:** **1** "Mayor protección inmunológica" **2** "Mejora la vida de tu mascota" **3** "100% proteína animal" **4** "Fórmula enriquecida con leche + calcio" **LEYENDA EXAGERADA:** "Perfecto desarrollo muscular"	Cumple	Ausente	Cumple	**$29**

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por Profeco pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

		INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS AAFCO (1)	PATÓGENOS	ANÁLISIS GARANTIZADO (2)	COSTO POR KG
	OPTIMO CACHORRO **ALIMENTO PARA CACHORROS** MÉXICO	**DECLARA:** **"Ingredientes naturales de alta calidad",** pero en su fórmula contiene colorantes sintéticos.	Cumple	Ausente	Cumple	**$31.50**
	PEDIGREE BALANCE NATURAL **ALIMENTO 100% COMPLETO Y BALANCEADO PARA CACHORROS DE 2 A 18 MESES** MÉXICO (3) y (5)	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$39.50**
	PEDIGREE **ALIMENTO 100% COMPLETO Y BALANCEADO PARA CACHORROS, CACHORRO SANO CRECIMIENTO** MÉXICO (3) y (5)	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$24.40**
	PURINA CAMPEÓN **ALIMENTO 100% COMPLETO Y BALANCEADO PARA PERROS CACHORROS** MÉXICO (3)	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$29**

(*) Los ingredientes funcionales aportan propiedades específicas al alimento en beneficio del cachorro. Algunos ejemplos de estos ingredientes son: ácidos grasos omega 3 y 6, probióticos, prebióticos y minerales orgánicos.
(1) Los productos que cumplen con las "Recomendaciones AAFCO" contienen los requerimientos nutrimentales mínimos que un alimento debe tener.
(2) Cuando un producto cumple con el "Análisis garantizado" significa que, en efecto, contiene todos los nutrientes que dice tener en su etiqueta.
(3) Demostraron tener Centros de Investigación propios para el desarrollo de sus fórmulas que soportan el desempeño y calidad de sus productos.
(4) Esta marca formula sus productos para raza chica y raza grande.
(5) Esta marca formula sus productos en función de etapas de vida.

SE UTILIZÓ COMO REFERENCIA LA SIGUIENTE NORMATIVIDAD:

- **NOM-002-SCFI-1993.** Contenido Neto. Tolerancias y Métodos de Verificación.
- **NOM-012-ZOO-1993.** Especificaciones para la regulación de productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por estos. (Contiene dos modificaciones de 1998 y 2004).
- **Asociación Americana de Controles Oficiales Alimentarios** (AAFCO)

ALIMENTO SECO PARA CACHORROS "TIPO AP"

Son alimentos que además de cumplir los requerimientos mínimos de nutrición, incluyen en su fórmula ingredientes funcionales* para dar algunos beneficios adicionales tales como: mayor digestibilidad, mejor sabor, piel sana y pelo brilloso. Su contenido proteico de origen animal es mayor que los clasificados como AE. La calidad de sus ingredientes favorece una mejor consistencia de heces. En su mayoría tienen estudios científicos que fundamentan sus propiedades nutrimentales.

	INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS AAFCO (1)	PATÓGENOS	ANÁLISIS GARANTIZADO (2)	COSTO POR KG
BAYER MIRA **ALIMENTO BALANCEADO PARA CACHORROS, RAZAS GRANDES Y MEDIANAS** MÉXICO	**LEYENDAS EXAGERADAS:** **1** "...músculos fuertes y sin exceso de grasa" **2** "Perfecto balance entre proteína y grasa" **3** "Balance perfecto entre calcio y fósforo"	Cumple	Ausente	Cumple	**$ 66.70**
GANADOR PREMIUM **ALIMENTO PARA PERROS CACHORRO PARA TODAS LAS RAZAS** MÉXICO	**LEYENDA QUE NO COMPRUEBA:** "Máxima asimilación de nutrientes"	Cumple	Ausente	Cumple	**$32.80**
NUPEC SUPER PREMIUM **ALIMENTO PARA PERROS. CACHORRO** MÉXICO	**LEYENDAS QUE NO COMPRUEBA:** **1** "Procesos certificados, ingredientes frescos, mínimo almacenamiento" **2** "De nuestra cocina al plato" **3** "Perro satisfecho y longevo" **4** "Bioseguridad alimentaria" **5** "La tecnología Nupec mejora todos los procesos de la nutrición del cachorro" **6** "Mayor longevidad"	Cumple	Ausente	Cumple	**$42**
PERFECT FIT **ALIMENTO SUPER PREMIUM 100% COMPLETO Y BALANCEADO PARA CACHORROS** MÉXICO	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$57.30**
PURINA BENEFUL **ALIMENTO PARA CACHORROS 100% COMPLETO Y BALANCEADO** MÉXICO	**LEYENDA EXAGERADA:** "¡Nunca has visto un alimento para tu cachorro tan bueno como croquetas Beneful! Y es que croquetas Beneful Cachorro saludables contienen carne suave"	Cumple	Ausente	Cumple	**$46**

ALIMENTO SECO PARA CACHORROS “TIPO AS”

“Es un alimento especializado: su formulación contempla la tasa de crecimiento y requerimientos nutricionales de las diferentes razas. Algunos ingredientes utilizados están aprobados para consumo humano e incluyen en mayor grado ingredientes funcionales*. Provee el mejor desempeño en cuanto a digestibilidad, consistencia y menor olor y volumen de heces. Es la categoría de mayor aceptación por el cachorro y rendimiento por porción. Sus fórmulas están basadas en estudios científicos aplicados que fundamentan sus propiedades nutrimentales. Por sus atributos son en general los de mayor costo.

		INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS AAFCO (1)	PATÓGENOS	ANÁLISIS GARANTIZADO (2)	COSTO POR KG
	DIAMOND **ALIMENTO BALANCEADO PARA PERRO (CACHORROS)** ESTADOS UNIDOS	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$68**
	EUKANUBA PUPPY GROWTH, **PREMIUM PUPPY FOOD** ESTADOS UNIDOS	Una muestra no cumplió con el contenido neto declarado	Cumple	Ausente	Cumple	**$96.90**
	EUKANUBA PUPPY LARGE **BREED** ESTADOS UNIDOS	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$96.90**
	EUKANUBA PUPPY SMALL **BREED** ESTADOS UNIDOS	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$113.30**
	GAL ULTIMATE NUTRITION **ALIMENTO PARA CACHORRO, CACHORRO RAZA GRANDE** ESTADOS UNIDOS	**LEYENDAS QUE NO COMPRUEBA:** **1** “...calidad sin paralelo...” **2** “Una proporción balanceada de ácidos grasos Omega 3, DHA y Omega 6...” **3** “Mezcla óptima de prebióticos...” **4** “ ...los ingredientes más frescos....” **DECLARA:** **“Resultados superiores”**, pero no indican respecto a quién	Cumple	Ausente	Cumple	**$79.80**
	GAL ULTIMATE NUTRITION **ALIMENTO PARA CACHORRO, CACHORRO RAZA MEDIANA** ESTADOS UNIDOS	**LEYENDAS QUE NO COMPRUEBA:** **1** “...calidad sin paralelo...” **2** “Una proporción balanceada de ácidos grasos Omega 3, DHA y Omega 6...” **3** “Mezcla óptima de prebióticos...” **4** “ ...los ingredientes más frescos...” **DECLARA:** **“Resultados superiores”,** pero no indican respecto a quién.	Cumple	Ausente	Cumple	**$79.80**

(*) Los ingredientes funcionales aportan propiedades específicas al alimento en beneficio del cachorro. Algunos ejemplos de estos ingredientes son: ácidos grasos omega 3 y 6, probióticos, prebióticos y minerales orgánicos.
(1) Los productos que cumplen con las “Recomendaciones AAFCO” contienen los requerimientos nutrimentales mínimos que un alimento debe tener.
(2) Cuando un producto cumple con el “Análisis garantizado” significa que, en efecto, contiene todos los nutrientes, que dice tener en su etiqueta.

ALIMENTO SECO PARA CACHORROS "TIPO AS"
(CONTINUACIÓN)

		INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS AAFCO (1)	PATÓGENOS	ANÁLISIS GARANTIZADO (2)	COSTO POR KG
	GAL ULTIMATE NUTRITION **ALIMENTO PARA CACHORRO, CACHORRO RAZA PEQUEÑA** ESTADOS UNIDOS	**LEYENDAS QUE NO COMPRUEBA:** **1** "...calidad sin paralelo..." **2** "Una proporción balanceada de ácidos grasos Omega 3, DHA y Omega 6..." **3** "Mezcla óptima de prebióticos..." **4** "...los ingredientes más frescos...." **DECLARA:** **"Resultados superiores"**, pero no indican respecto a quién.	Cumple	Ausente	Cumple	**$79.80**
	HILL'S SCIENCE DIET **ALIMENTO SECO PARA PERROS, CACHORRO** ESTADOS UNIDOS	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$104.40**
	HILL'S SCIENCE DIET **ALIMENTO SECO PARA PERROS, CACHORRO, BOCADOS PEQUEÑOS** ESTADOS UNIDOS	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$104.40**
	HILL'S SCIENCE DIET **DRY DOG FOOD, LARGE BREED** ESTADOS UNIDOS	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$104.40**
	PURINA PRO PLAN **ALIMENTO PARA CACHORRO, PUPPY COMPLETE PROTECTION** MÉXICO	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$105**
	ROYAL CANIN JUNIOR **ALIMENTO BALANCEADO PARA CACHORROS, RAZAS MEDIANAS** FRANCIA	**LEYENDA EXAGERADA:** "...reforzada para satisfacer los apetitos más caprichosos"	Cumple	Ausente	Cumple	**$113.80**
	ROYAL CANIN JUNIOR **ALIMENTO BALANCEADO PARA CACHORROS, RAZAS PEQUEÑAS** FRANCIA	Completa	Cumple	Ausente	Cumple	**$127.50**

LO QUE ENCONTRAMOS

1 Distinto a los alimentos para humanos, los alimentos para perros están diseñados para ser su única fuente de nutrición. Una buena noticia es que todos los alimentos analizados cumplen con las recomendaciones de la Asociación Americana de Oficiales Controladores de la Alimentación (AAFCO), que establece las especificaciones nutrimentales mínimas que, en este caso, los alimentos para cachorro deben tener.

2 Los alimentos para mascotas deben estar correctamente etiquetados y cumplir con lo que ahí se ostenta. El etiquetado debe incluir el nombre del producto, marca, razón social y domicilio del fabricante o comercializador, el listado de ingredientes y el análisis garantizado (o sea declarar los contenidos de grasa, proteína calcio y fósforo). Los productos que presentaron desviaciones respecto a lo declarado y no cumplieron por completo con el análisis garantizado fueron: **Belenes Max** (alimento premium para el óptimo desarrollo de tu cachorro), **Dibaq** (alimento completo extrusionado para cachorros) y **Mimados** (alimento para cachorro) y **Soriana** (alimento para cachorro).

3 Sobre la información al consumidor, solo una muestra tuvo menor contenido neto al declarado: **Eukanuba Puppy Growth** (premium puppy food).

4 La principal falla en la información al consumidor se refiere a que en varios de los productos analizados incluyen leyendas exageradas, no comprobadas o que no se justifican con el desempeño del producto. Ver tablas.

5 Existe una variedad de alimentos cuyo desempeño depende de la formulación y de los ingredientes con que se elaboran. Revisa con cuidado la clasificación que en este estudio te presentamos.

Si requieres más información sobre este estudio, comunícate al **Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor**: 5544 2060 de la Ciudad de México o escribe a laboratorio@profeco.gob.mx

RECOMENDACIONES

- Las instrucciones para alimentar al cachorro que proporcionan los productos varían de acuerdo con su formulación y la cantidad de energía o de nutrientes. Si vas a experimentar con un nuevo alimento, lo mejor es que sigas las instrucciones de la etiqueta.
- Si decides cambiar la dieta de tu mascota, los veterinarios recomiendan que lo hagas lentamente: los cambios rápidos en la dieta pueden causar alteraciones estomacales y otros problemas. Empieza mezclando algo del nuevo alimento con el alimento regular y en los próximos tres a cinco días incremente gradualmente la cantidad del nuevo. Después de esta transición, tu mascota se ajustará mejor a su nuevo alimento.
- Un alimento casero no es completo ni balanceado, por lo que no cubre adecuadamente todos los requerimientos nutricionales que necesita tu cachorro.
- Cambia el alimento de cachorro a adulto en el momento apropiado. Consulta a un veterinario.
- Es importante proveer a tu cachorro de agua fresca y limpia en todo momento.
- Asegúrate de mantener el empaque cerrado en un lugar fresco y seco.
- Un dueño responsable lleva a su perro al veterinario una o dos veces al año.
- Compra el alimento para tu mascota en un establecimiento formal, es la única manera en que el fabricante garantiza la calidad y las características de su producto.

Decálogo del buen amo

Él siente un cariño irrenunciable por ti. Compañía, lealtad, diversión, cariño, seguridad... Todo esto y más te brinda tu perro, el mejor amigo que puedes tener. Pero te has preguntado ¿qué tan buen amigo eres tú con tu mascota? **Por Nayarai Sánchez**

Regalo dos niños: uno de cinco años y otro de uno. ¿La razón? Porque voy a adoptar un perro y es alérgico a los niños, además me voy de vacaciones y no sé dónde dejarlos...", afirma un mensaje publicado en Facebook que luego aclara: "¿Estás sorprendido? Cada día docenas de anuncios son publicados en el sentido contrario y esto no le sorprende a casi nadie". Este anuncio resume la realidad que tienen que vivir muchos perros que se quedan sin hogar por las razones más impulsivas.

Realidad perruna

En México más del 70% de estos animales de compañía no reciben el trato digno que merecen: a nivel nacional hay alrededor de 23 millones de perros, de los cuales 30% tiene un hogar y el resto vive en la calle sin control alguno, según datos de la Secretaría de Salud.

Dos conocedores del tema, los médicos veterinarios y zootecnistas de la UNAM, la doctora Claudia T. Edwards, especialista en conducta canina, y el doctor Carlos Esquivel Lacroix, especialista en reproducción animal, coinciden en su diagnóstico: en nuestra sociedad los perros son tratados como cosas, más que como seres vivos.

"Muchas de las personas adquieren a un perro como objeto, creen que es el mejor regalo del Día de Reyes, Día del Niño, cumpleaños... y precisamente como es un objeto, piensan que no se tiene por qué invertir en una cosa", comenta el doctor Esquivel. El especialista estima que el 80% de los perros es adquirido por un impulso, es así que a la menor provocación son echados de la casa, ya sea porque destruyen las cortinas, se orinan en todos lados, crecen más de lo esperado, tienen cachorros, etcétera.

La médica veterinaria Claudia Edwards considera que, en general, solemos ver a los animales como seres inferiores que están aquí para servirnos. Tan solo la palabra "mascota" significa objeto de buena suerte, por lo que varias asociaciones proderecho animal prefieren llamarlos animales de compañía. Asimismo, la especialista en conducta canina comenta que la palabra dueño también cosifica a los animales de compañía, por lo que recomienda decir "responsable de mi animal de compañía".

En México existen unos 23 millones de perros. De estos, se estima que el 30% tiene un hogar, el resto vive en la calle sin protección alguna

El lado emocional

Otra de las razones que fomenta que a los perros se les trate como objetos es que creemos que los canes carecen de emociones; sin embargo, ¿podemos asegurar que realmente ellos no experimentan sensaciones de dolor, alegría, ansiedad, obsesión o sufrimiento?

"Los animales son capaces de sentir, quizá no en la racionalidad del concepto que nosotros entendemos como alegría, tristeza, etcétera; pero ellos pueden sentir un estímulo agradable, desagradable, agresivo, cariñoso... y responder ante este", explica el doctor Esquivel.

Y aún más: en el artículo *Estados emocionales de perros y gatos*, en el que colaboró la doctora Edward, se expone que los animales podrían sufrir más que los humanos, debido a que no tienen la habilidad de anticipar cuándo va a cesar el estímulo o la situación que les causa malestar, dolor o miedo, tal como lo hace nuestra especie.

A decir de los expertos en cuidado animal, los perros podrían tener la inteligencia de un niño de dos años, edad que se caracteriza por la dependencia y confianza absoluta hacia los padres o los cuidadores. Si sumamos la inteligencia del perro con su perfil emocional, es claro entender por qué la mayoría de ellos, pese a toda contrariedad, son inocentes, leales y cariñosos.

Ahora sí, el decálogo

Los médicos veterinarios Claudia Edwards y Carlos Esquivel, en conjunto con Malú Campero, presidenta de la Fundación Tomy para la Protección Animal, te ofrecen las 10 consideraciones básicas que quienes tienen un perro (o piensan adquirir uno) deben seguir para evitar malos entendidos, eliminar malos hábitos y no crearse falsas espectativas:

1 Reflexiona: ¿tienes el tiempo y el dinero para brindar los cuidados que un perro requiere? También es muy importante que consideres tus planes a futuro: si te vas a mudar de país o si vas a tener un hijo, ya que lo que hagas en los próximos 15 años (tiempo de vida aproximado de un can), también repercutirá en la vida del perro.

2 Dilema: ¿compra o adopción? Adoptar un perro es la mejor opción, toma en cuenta que hay muchos perros en espera de un dueño responsable y cariñoso. Además, cuando compras en establecimientos poco confiables, puedes fomentar la venta de animales enfermos o incluso la explotación y maltrato de estos. Acércate a asociaciones protectoras de animales, en esta liga encontrarás algunas: adoptamascota.com.

3 Considera la compatibilidad de "perronalidad". De acuerdo con las razas o la combinación de estas, los perros tienen un temperamento y ciertas características. Algunos pueden ser más juguetones o flojos que otros, o incluso requerir más cuidados en su pelo. Por eso antes de adquirir un perro, pide a un veterinario que te oriente sobre el tipo de animal que más te conviene.

4 Alimentación, vivienda e higiene. Darle desperdicios al perro no es lo más confiable, ya que podrías afectar su organismo y por ende su salud. Pregúntale a tu veterinario sobre las croquetas más convenientes. En cuanto a la vivienda, como es un animal sociable, necesita convivir contigo y entrar a tu casa, así que para evitar enfermedades báñalo y limpia constantemente el área donde defeca.

5 No remedios caseros, sí al veterinario. Un collar de limones y fomentos de hierbabuena no son opción para sanar a un perro. Siempre que tenga una enfermedad, evita automedicarlo pues podrías dañarlo. Llévalo con el veterinario.

6 Esterilízalo. Eso de que los perros necesiten cruzarse cuando menos una vez para no traumarse es un mito. De hecho, en estado natural solo se reproducen los perros alfa (líderes de la manada). Lo ideal es esterilizarlos durante el primer año de vida, ya que evitas que desarrollen ciertas enfermedades como problemas en los órganos reproductores.

7 Dedícale tiempo y edúcalo. Los perros necesitan ejercitarse física y mentalmente. Destina una hora de tu día para sacarlo a pasear. En casa, ten juguetes que pongan a prueba su inteligencia, como pelotas donde puedas meter premios para que ellos descifren cómo sacarlo.

8 Levantamiento de heces. Si tu perro se hace, tú no te hagas. En el mercado existen muchas opciones para recoger su excremento: desde bolsas biodegrables hasta "recogeheces" que valen entre 80 y 400 pesos, solo por citar un par.

9 De la identificación y la correa. Evita que tu perro se pierda, colócale una placa de identificación, las cuales valen entre 80 y 150 pesos. Cuando salgan de paseo, utiliza la correa por dos razones: previenes que tu perro corra hacia la calle con el riesgo de ser atropellado y evitas que pueda atacar a alguien.

10 Por favor, entiende el valor de la resposabilidad. Si muerde a una persona, destruye lo más caro de tu casa, ladra a todo el mundo o hace cualquier otra cosa desagradable, recuerda que el responsable de su conducta eres tú, pues el perro tiene la inteligencia de un niño de dos años de edad.

Y otro aspecto muy importante: por naturaleza, los niños imitan las conductas de los adultos. Si tienes un hijo y ve que abandonas al perro, automáticamente aprenderá que las vidas son desechables y perderá la oportunidad de aprender el valor de la responsabilidad, el compromiso y sobre todo el respeto hacia la vida de los demás.

Aunque el entusiasmo de tener un perro nos hace creer que se trata de algo fácil, como ves, se requiere de una gran inversión de tiempo, cariño, educación y dinero. Si ya cuentas con un amigo así, jamás olvides que tienes una vida en tus manos que depende por completo de ti, nadie te obligó a tenerlo y fue tu decisión: tu perro, tu responsabilidad.

Estudio de calidad: calentadores de agua de uso doméstico

Y LA FLAMA DE ORO ES PARA...

Si eres de los que se preguntan por qué llega tan caro el recibo de gas o con frecuencia te quedas sin agua caliente a mitad del baño, es posible que tu problema sea el bóiler. Para salir de dudas, checa nuestro estudio de calidad que te revelará quién es quién a la hora de calentar el agua.

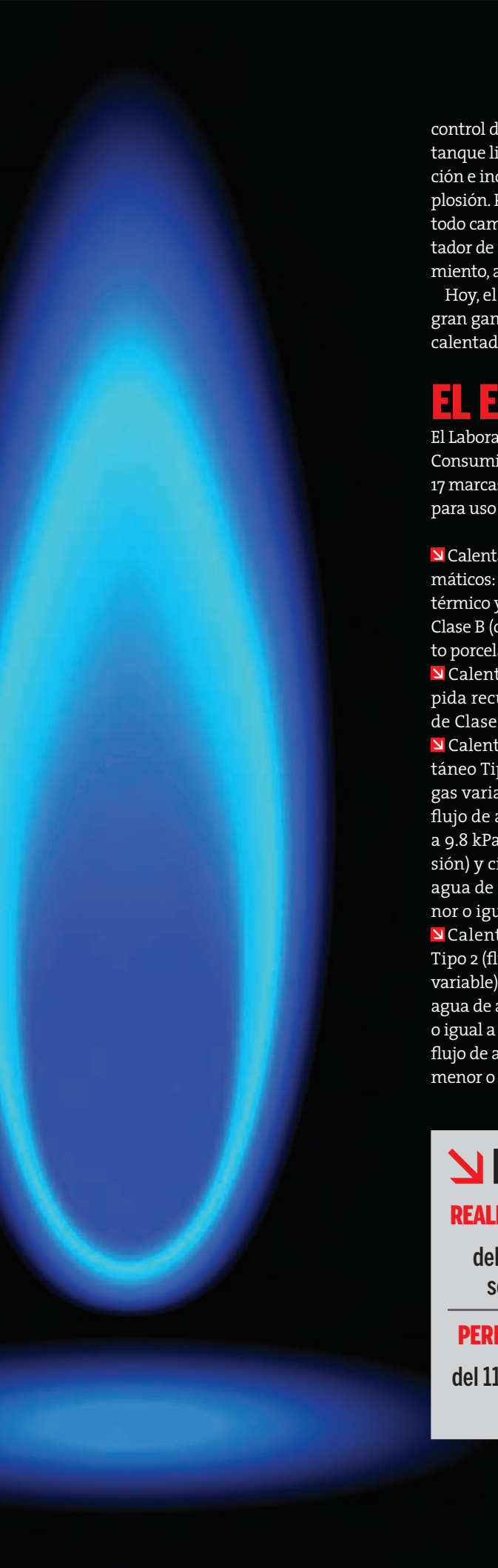
Los calentadores de agua, mejor conocidos como bóileres, no parecen ocupar los primeros lugares en la lista de aparatos domésticos que más "cariño" nos provocan. Sin embargo, es difícil imaginar el concepto de higiene personal cotidiana sin la presencia del agua... caliente. ¿Te parece exagerado? La temperatura corporal en un ser humano adulto fluctúa entre los 36.3 y los 37.3°C. Ahora coloca ese dato en el contexto de una mañana cualquiera de invierno en la que tu bóiler ha dejado sorpresivamente de funcionar.

¿En qué momento los calentadores empezaron a ser un elemento indispensable en nuestra vida? No es de extrañar que los seres humanos desde el principio de su historia hayamos reconocido los beneficios relajantes y terapéuticos de un buen baño caliente, ya que la vida de cada uno de nosotros inicia en un medio ambiente similar. Se cree que las primeras familias disfrutaban de un baño caliente en las raras pero bien valoradas aguas termales que fluían del subsuelo. Es de suponer que los grupos recorrían grandes distancias para acudir a las termas, y que a medida del avance de las civilizaciones, se desarrollaron esfuerzos tecnológicos para el suministro de agua caliente en los lugares donde habitaban las familias. .

Al principio del siglo XIX, la gente calentaba el agua en ollas y sobre el fogón. Más tarde, los ricos comenzaron a utilizar aparatos consistentes en un quemador de gas y una bobina de tubería de cobre que servía como intercambiador de calor. Sí, eran bóileres sin tanque. Su gran inconveniente: carecían de un control para autorregular la temperatura del agua. Equivalían, digamos, a una bomba de tiempo.

Los seres humanos reconocimos desde el principio de la historia los beneficios relajantes y terapéuticos de un baño caliente, y no es extraño: todos iniciamos la vida en un ambiente similar.

Con la introducción de los sistemas públicos de agua a presión, el agua caliente adquirió mayor demanda: era necesario mejorar los calentadores. El diseño inadecuado del sistema de ventilación y del



control de temperatura en artilugios sin tanque limitaban su capacidad de calefacción e incrementaban los peligros de explosión. Pero en 1920, en Estados Unidos, todo cambió: se construyó el primer calentador de agua con tanque de almacenamiento, alimentado con keroseno.

Hoy, el mercado nacional ofrece una gran gama de modelos y capacidades de calentadores. ¿Cómo saber cuál es mejor?

EL ESTUDIO

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor puso a prueba 33 modelos de 17 marcas de calentadores de agua a gas para uso doméstico de los siguientes tipos:

- Calentadores de agua de depósito automáticos: dos de Clase A (con aislamiento térmico y depósito galvanizado) y seis de Clase B (con aislamiento térmico y depósito porcelanizado).
- Calentadores de agua de paso de rápida recuperación: tres de Clase A y diez de Clase B.
- Calentadores de agua de paso instantáneo Tipo I (flujo de agua fijo y flujo de gas variable): tres de Clase A (para un flujo de agua de apertura menor o igual a 9.8 kPa: kilopascal, una unidad de presión) y cinco de Clase B (para un flujo de agua de apertura mayor a 9.8 kPa y menor o igual a 19 kPa).
- Calentadores de paso instantáneo Tipo 2 (flujo de agua variable y flujo de gas variable): dos de Clase B (para un flujo de agua de apertura mayor a 9.8 kPa y menor o igual a 19 kPa) y dos de Clase C (para un flujo de agua de apertura mayor a 19 kPa y menor o igual a 98 kPa).

LO QUE BUSCAMOS

PUNTOS BÁSICOS

Información: de ellos para ti

Verificamos que todos los productos analizados contaran con una o más etiquetas fijas y en un lugar visible que proporcionaran la información necesaria para su operación e instalación, así como la marca, el modelo, número de serie, el tipo de calentador, el tipo de gas a usar (LP o natural), el nombre y la dirección del fabricante, importador o comercializador, y el país de origen.

En el caso de los calentadores de depósito, revisamos que la ficha de información incluyera la capacidad volumétrica (litros), el tiempo máximo de recuperación expresado en minutos y la presión máxima de trabajo, la cual debe ser de 0.63 MPa (megapascales). Para los calentadores de paso de rápida recuperación e instantáneos, nos fijamos en que expresaran la capacidad de calentamiento (litros/minuto) con un incremento de temperatura (ΔT) mínimo de 25°C, la presión máxima de trabajo (que debe ser de 0.45 MPa) y la presión hidrostática mínima requerida para la apertura del control para suministro de gas en MPa; además, para ambos, la carga térmica en kW, la contraseña oficial de certificación y la leyenda "Hecho en México" u otro país de origen.

La etiqueta también debía mencionar la energía térmica que consume el producto, para así compararse con otros de su misma carga térmica, capacidad y funcionamiento.

FICHA TÉCNICA

REALIZACIÓN DEL ESTUDIO:

del 30 de junio al 12 de septiembre de 2011

PERIODO DEL MUESTREO:

del 11 de julio al 2 de agosto de 2011

MARCAS Y MODELOS ANALIZADOS:

17 / 33

PRUEBAS REALIZADAS

482

Sobre la garantía
Confirmamos que presentaran una póliza de garantía, donde se indicara de forma clara la cobertura, las restriciones y la forma de hacerla válida.

El diseño
Mediante inspección visual y pruebas manuales, nos aseguramos de que los bóileres no tuvieran partes filosas o punzocortantes que pudieran poner en riesgo la integridad física de los usuarios. Además, buscamos que cada parte estuviera bien ensamblada y no hubiera partes sobrantes (rebabas) o faltantes en los materiales que integran el producto.

Eficiencia térmica
Corroboramos que la eficiencia térmica real del bóiler no fuera menor a lo indicado por el fabricante en su etiqueta.

Incremento de temperatura (ΔT)
En los calentadores de rápida recuperación e instantáneos, verificamos que el incremento de la temperatura del agua de entrada fuera como mínimo de 45°C, tal como lo indica el fabricante en la información al consumidor.

Tiempo de recuperación
Confirmamos que el tiempo de recuperación no fuera mayor a 22 minutos en los calentadores de depósito con capacidad de 38 litros y de 24 para los de 40 litros o lo indicado por el fabricante.

Capacidad volumétrica
Se refiere al tamaño del bóiler. En este caso corroboramos que la capacidad del depósito de agua fuera igual a lo indicado por lo que señala el fabricante, teniendo como tolerancia ± 5.

Capacidad de calentamiento
Tomamos en cuenta que los calentadores de paso tuvieran la capacidad de elevar la temperatura del agua como mínimo 25°C, tal como lo indica el fabricante en su etiqueta de información para el consumidor.

EL GRADO DE SEGURIDAD

Resistencia hidrostática
Para asegurarnos de que la presión del agua caliente no reventara el calentador, comprobamos que los bóileres de depósito soportaran una presión hidrostática de 1.27 MPa y que los calentadores de paso soportaran una presión hidrostática de 0.686 MPa, sin presentar fugas de agua ni deformaciones permanentes.

Combustión
Cuantificamos la concentración máxima de monóxido de carbono (CO) producido durante el funcionamiento de los bóileres. En todos, checamos que no excediera de 200 ppm (partes por millón) para una presión de gas normal (2.74 kPa) y de 400 ppm para una presión de gas aumentada (3.23 kPa).

Resistencia de las flamas a las corrientes de aire
Con el fin de comprobar que los calentadores no podrían generar peligro al permitir la acumulación de gas en su interior, pusimos a prueba el piloto, sometiendo la flama a una corriente de aire de 19 km/h. De igual forma, verificamos que, al ser expuestos a una corriente de aire con una velocidad mínima de 26 km/h, las flamas no se salieran de la cámara de combustión, lo cual podría incrementar el riesgo de incendio.

Temperatura de los gases
Medimos que la temperatura de los gases de combustión no excediera los 350°C durante la operación de los calentadores de agua.

Pero no fue la única temperatura que medimos. Para evitar quemaduras en las manos, nos fijamos que la temperatura de las partes operadas manualmente no excediera de 55°C. Hay que señalar de una vez que ninguna de las piezas o zonas de este tipo sobrepaso este valor.

CALENTADORES DE AGUA DE DEPÓSITO, CLASE A
(CON AISLAMIENTO TÉRMICO Y DEPÓSITO GALVANIZADO)

MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	LENISCO 801 México	MAGAMEX 9038-VIII-C México
Calificación global de calidad	E	B
Duración del agua caliente**	13 minutos	12 minutos
Garantía (años)	3	2
Consumo de gas por ciclo de operación (m^3)	Bajo	Bajo
Costo por ciclo de operación ($)	$2.72	$2.77
Eficiencia térmica (%)	97	76
Tiempo de recuperación (min)	11	18
Carga térmica	Cumple	Cumple
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	Cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	Cumple	Cumple
CARACTERÍSTICAS		
Dispositivo de drenado	Sí	Sí
Sistema de protección antisarro (ánodo)	No	1
Encendido (m) manual, (e) electrónico, (pe) piezo eléctrico	m	m
Control de fuga de gas	Sí	Sí
Control de sobrecalentamiento	Sí	Sí
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí
Piloto permanente	Sí	Sí

EL PRECIO DEL CONSUMO DE GAS

Mucho ojo: en las tablas de resultados integramos el costo del consumo de gas en un ciclo de operación de los calentadores de depósito y de paso. En el caso de estos últimos, para medirlo tomamos en cuenta el flujo de agua que cada uno de los bóileres puede suministrar (litros/minuto). En general podemos decir que el costo por litro de agua caliente en estos calentadores es de entre 0.82 pesos a 1.33 pesos.

Es muy importante que consideres que el consumo de gas en un bóiler de paso es muy diferente al de depósito. Estas tecnologías suministran temperaturas y flujos de agua distintos.

Notas
** Uso recomendado
Precio por litro de gas LP en el DF, septiembre de 2011: $5.83 (Incluye el 16% de IVA)

Simbología: E=Excelente MB=Muy bueno B=Bueno R=Regular P=Pobre

CALENTADORES DE AGUA DE DEPÓSITO, CLASE B
(CON AISLAMIENTO TÉRMICO Y DEPÓSITO PORCELANIZADO)

MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	KALOTRON Eco-Heat 40192 México	GUARDIAN 40014 México	IUSA Caper 40 E México	CAL-O-REX G-10 standard, México	
Calificación global de calidad	B	B	B	B	
Duración del agua caliente**	12 minutos	12 minutos	13 minutos	12 minutos	
Garantía (años)	5	2	1.5	5	
Consumo de gas por ciclo de operación (m^3)	Muy bajo	Bajo	Bajo	Medio	
Costo por ciclo de operación ($)	$2.40	$2.81	$2.65	$3.13	
Eficiencia térmica (%)	80	78	80	79	
Tiempo de recuperación (min)	19	19	18	18	
Carga térmica	No cumple (2)	No cumple (2)	Cumple	Cumple	
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	
CARACTERÍSTICAS					
Dispositivo de drenado	Sí	Sí	Sí	Sí	
Sistema de protección antisarro (ánodo)	1	1	1	1	
Encendido: (m) manual, (e) electrónico, (pe) piezo eléctrico	m	m	m	e	
Control de fuga de gas	Sí	Sí	Sí	Sí	
Control de sobrecalentamiento	Sí	Sí	Sí	Sí	
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí	Sí	Sí	
Piloto permanente	Sí	Sí	Sí	Sí	

Precio por litro de gas LP en el DF (septiembre de 2011: $5.83 (incluye el 16% de IVA)

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por Profeco pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

	CINSA BOILERS C-101 México	KALOTRON 40080 México
	B	P
	12 minutos	12 minutos
	4	5
	Medio	Medio
	$3.02	$3.22
	79	No cumple (4)
	18	No cumple (3)
	Cumple	No cumple (2)
	Cumple	Cumple
	Cumple	Cumple
	Sí	Sí
	1	1
	m	m
	Sí	Sí
	Sí	Sí
	Sí	Sí
	Sí	Sí

Notas
(2) No cumple; es menor a lo indicado
(3) No cumple; es mayor a lo indicado
(4) No cumple; es menor a lo indicado e incluso a lo permitido por la norma de referencia (74%)

LO QUE HACE LA DIFERENCIA

¿De depósito o de paso? Para saber qué tipo de bóiler es el mejor para ti, primero debes entender la función de cada uno.

DE DEPÓSITO

Proporcionan un buen flujo de agua caliente durante la ducha e incluso para varios servicios de forma simultánea. La temperatura promedio que alcanza el agua es de 70°C. Requieren de piloto encendido para su operación automática. Permiten el uso de llaves monomando para mezclar el agua caliente con la fría. Además, resisten muy bien el agua dura (con gran contenido de sólidos), permiten una distancia considerable entre el calentador y el servicio más retirado sin perder temperatura apreciable y no requieren presión o flujo mínimo de agua para operar.

Puntos a favor: ¡tienen un bajo costo de mantenimiento! Además, su operación en climas con temperaturas extremadamente bajas es confiable.

Puntos en contra: el espacio que requieren es considerable y si se utilizan en modo automático el consumo de gas aumenta.

DE PASO, RÁPIDA RECUPERACIÓN

Eficientes en climas templados. Manejan un incremento de temperatura igual o ligeramente mayor a los 25°C con respecto a la temperatura del agua de entrada. Requieren de piloto encendido para su operación automática. Al igual que los bóileres de depósito, permiten el uso de llaves monomando.

Puntos a favor: ocupan un espacio comparativamente más reducido. Proporcionan un flujo constante de agua caliente con variaciones mínimas, con un ahorro de gas considerable.

Puntos en contra: ...esas variaciones pueden significar que, al bañarte, esporádicamente el agua caliente se entibie.

DE PASO TIPO INSTANTÁNEOS

Ideales para climas templados y cálidos. No utilizan piloto, son ligeros y compactos. Requieren de presión y un flujo de agua mínimo. No permiten el uso de llaves monomando, ya que al tratar de bajar la temperatura del agua caliente mediante la mezcla con el agua fría, la reducción del flujo apaga el calentador.

Puntos a favor: su consumo de gas es el más bajo: solo se enciende cuando detecta demanda de agua caliente.

Puntos en contra: su vida útil es breve en comparación con los otros tipos, sobre todo si no se drena de forma periódica, ya que no es muy resistente a la operación con agua dura. Tampoco resiste mucho a la intemperie.

PARA CONSIDERAR

Si vas a utilizar un bóiler de paso instantáneo, es necesario que verifiques la presión y el flujo de agua que requiere para su buen funcionamiento, ya que estos equipos cuentan con un interruptor de presión que abre o cierra la alimentación de gas del quemador, y si esta presión no se alcanza, el calentador no funciona. Además, algunos calentadores de este tipo tienen problemas cuando se utiliza una regadera ecológica.

CALENTADORES DE AGUA DE PASO DE RÁPIDA RECUPERACIÓN, CLASE A

(CON AISLAMIENTO TÉRMICO Y DEPÓSITO GALVANIZADO)

MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	MAGAMEX CRRP - 14 - P México	LEFLAM 021 México	LENISCO 914 México
Calificación global de calidad	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad	**MB**
Flujo de agua (l/m)	10.5	10	9
***Servicios recomendados**	R, 2L, LT	R, L o LT	R, L o LT
Garantía (años)	6 años por defectos de fabricación y 3 años en el depósito	6 años en el cuerpo interior y un año en los demás componentes	3
Incremento de temperatura	Cumple	Cumple	Cumple
Consumo de gas por ciclo de operación -30 min- (m^3)	Muy alto	Muy alto	Medio
Costo por ciclo de operación ($)	$13.31	$13.26	$11.31
Eficiencia térmica %	No cumple (2)	84	93
Carga térmica Obtenido	Cumple	Cumple	Cumple
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	No cumple	Cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	No cumple (5)	Cumple	Cumple
CARACTERÍSTICAS			
Válvula de alivio	No	No	No
Dispositivo de drenado	Sí	Sí	Sí
Sistema de protección antisarro (ánodo)	1	No	No
Encendido: (m) manual, (e) electrónico, (pe) piezo eléctrico	e	pe	pe
Control de fuga de gas	Sí	Sí	Sí
Control de sobrecalentamiento	Sí	Sí	Sí
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí	Sí
Piloto permanente	Sí	Sí	Sí
Quemador silencioso	No	No	No

NOTAS

* Considerando una regadera para baja presión con un flujo entre 5 y 6 litros por minuto, un lavamanos o lavatrastos con flujo de 1.5 litros por minuto como mínimo.

Servicios recomendados

R= Regadera L= Lavamanos LT= Lavatrastos

(2) No cumple; es menor a lo indicado

Resistencia de las flamas a las corrientes de aire

(5) Se salen las flamas

CALENTADORES DE AGUA DE PASO DE RÁPIDA RECUPERACIÓN, CLASE B

(CON AISLAMIENTO TÉRMICO Y DEPÓSITO PORCELANIZADO)

MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	**CAL - O - REX** CoxDP-10 Standard. **México**	**HESA** Vanguard **México**	**DELTA** Omega Premium **México**	**IUSA** RR-9 **México**
Calificación global de calidad	**MB**	**MB**	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad
Flujo de agua (l/m)	9	9	9	8
***Servicios recomendados**	R, L, LT	R, L, LT	R, L, LT	R, L o LT
Garantía (años)	5	4	5	4
Incremento de temperatura	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
Consumo de gas por ciclo de operación -30 min- (m^3)	Bajo	Bajo	Medio	Bajo
Costo por ciclo de operación ($)	$9.67	$9.97	$10.61	$9.58
Eficiencia térmica %	91	92	87	87
Carga térmica Obtenido	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	Cumple	Cumple	No cumple (5)	No cumple (5)
CARACTERÍSTICAS				
Válvula de alivio	Sí	Sí	No	No
Dispositivo de drenado	Sí	Sí	Sí	Sí
Sistema de protección antisarro (ánodo)	2	1	1	1
Encendido: (m) manual, (e) electrónico, (pe) piezo eléctrico	e	e	pe	e
Control de fuga de gas	Sí	Sí	Sí	Sí
Control de sobrecalentamiento	Sí	Sí	Sí	Sí
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí	Sí	Sí
Piloto permanente	Sí	Sí	Sí	Sí
Quemador silencioso	No	No	No	No

Precio por litro de gas LP en el DF (septiembre de 2011: $5.83. Incluye el 16% de IVA)

CALENTADORES DE AGUA DE PASO DE RÁPIDA RECUPERACIÓN; CLASI
(CON AISLAMIENTO TÉRMICO Y DEPÓSITO PORCELANIZADO)

MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	**Kalotron** 40091 México	**Optimus** ODP - 09 México	**Cinsa** CDP - 09 México	**Cal - o - Rex** Cox DP - 08 standard, México	
Calificación Global de Calidad	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad	**MB**	**MB**	**MB**	
Flujo de agua (l/m)	7.8	7.5	7.5	7.5	
***Servicios recomendados**	R, L o LT	R, L o LT	R, L o LT	R, L o LT	
Garantía (años)	5	2	4	5	
Incremento de temperatura	No cumple	Cumple	Cumple	Cumple	
Consumo de gas por ciclo de operación -30 min- (m^3)	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	
Costo por ciclo de operación ($)	$7.97	$8.63	$9.29	$9.42	
Eficiencia térmica %	79	87	87	87	
Carga térmica Obtenido	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	No cumple (5)	Cumple	Cumple	Cumple	
			CARACTERÍSTICAS		
Válvula de alivio	No	No	No	No	
Dispositivo de drenado	Sí	Sí	Sí	Sí	
Sistema de protección antisarro (ánodo)	1	1	2	2	
Encendido: (m) manual, (e) electrónico, (pe) piezo eléctrico	m	m	pe	e	
Control de fuga de gas	Sí	Sí	Sí	Sí	
Control de sobrecalentamiento	Sí	Sí	Sí	Sí	
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí	Sí	Sí	
Piloto permanente	Sí	Sí	Sí	Sí	
Quemador silencioso	No	Sí	Sí	No	

NOTAS
* Considerando una regadera para baja presión con un flujo entre 5 y 6 litros por minuto, un lavamanos o lavatrastos con flujo de 1.5 litros por minuto como mínimo.
Servicios recomendados
R= Regadera L= Lavamanos LT= Lavatrastos

(2) No cumple; es menor a lo indicado
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire
(5) Se salen las flamas

Precio por litro de gas LP en el DF (septiembre de 2011: $5.83. Incluye el 16% de IVA)

LASE B (continuación)

	Kalotron 40086 México	**Guardian** 40056 México
	B	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad
	5	5
	R	R
	5	1
	No cumple	No cumple
	Muy bajo	Muy bajo
	$4.79	$4.63
	No cumple (2)	No cumple (2)
	No cumple (2)	No cumple (2)
	Cumple	Cumple
	Cumple	No cumple (5)
	No	No
	Sí	Sí
	1	1
	m	m
	Sí	Sí
	Sí	Sí
	Sí	Sí
	Sí	Sí
	No	No

RECOMENDACIONES DE USO

PARA MAYOR SEGURIDAD

Es muy importante colocar los calentadores de agua tal y como lo indica el fabricante o comercializador en su información al consumidor (manual de usuario). De preferencia en un lugar bien ventilado, pero alejado de corrientes de aire; así incrementarás su vida útil y disminuirás los riesgos de incendios, explosión e intoxicación debido a los gases de combustión tóxicos que pudieran generarse por una mala instalación.

SI NO TIENES SUFICIENTE AGUA CALIENTE...

Los dos tipos de calentadores de paso, como se puede ver en las tablas de resultados, están diseñados para un flujo de agua específico, por lo que aunque en su información al consumidor mencionen que son para 1, 1.5, 2 o más servicios, lo cierto es que su desempeño dependerá primordialmente del consumo de cada uno de los accesorios que estén conectados al suministro de agua caliente del bóiler: regaderas y las llaves de agua de fregadero y lavabo, principalmente.

PARA QUE EL AGUA CALIENTE TE RINDA

Los dos tipos de calentadores de paso generan una salida de agua caliente con una temperatura igual o ligeramente mayor a 25°C, por eso te recomendamos que los instales lo más cercanos que puedas a la salida de los servicios que requieras alimentar (llaves de lavabos y fregaderos). Así evitarás que una distancia excesiva de la tubería enfríe el agua.

SOBRE EL BÓILER INSTÁNTANEO...

Ajusta (si el equipo lo permite) el flujo de agua y la intensidad de la flama; así, cuando la llave del agua caliente de la regadera esté abierta al máximo, te entregará un flujo de agua acostumbrado sin necesidad de abrir otra llave durante la ducha. Si requieres más agua caliente, cierra la llave un poco y ya está. Si quieres que no esté tan caliente, con abrir un poco la llave del agua fría lo logras.

AHORRA GAS

Si tu calentador es automático y requiere piloto para su funcionamiento, opta por apagarlo cuando no necesites agua caliente y solo enciéndelo de ser necesario. Verás que tu consumo de gas se reducirá.

Instala tu bóiler de paso cerca de la salida de los servicios que debas alimentar. Una distancia excesiva puede enfriar el agua.

CALENTADORES DE AGUA DE PASO TIPO INSTANTÁNEO, TIPO I
(FLUJO DE AGUA FIJO Y FLUJO DE GAS VARIABLE), CLASE A*** MENOR O IGUAL A 9.8 kPa

MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	**ASCOT** Cesp 16 **China**	**BOSCH** Confort 13 BP LP 7716473632, **China**	**KALOTRON** Thermo Intelligent / KTI -06, **China**
Calificación global de calidad	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad	**MB**	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad
Flujo de agua (l/m)	9.5	9	4.5
***Servicios recomendados**	R, L, LT	R, L, LT	2*R
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa
Garantía (años)	2	2	2
Acabados	Sin defectos	Sin defectos	Sin defectos
Incremento de temperatura (25°C) mínimo	Cumple	Cumple	Cumple
Consumo de gas por ciclo de prueba -30 minutos- (m^3)	Bajo	Medio	Muy bajo
Costo por ciclo de operación ($)	$10.08	$11.04	$4.83
Eficiencia térmica %	99	90	94
Carga térmica	Cumple	Cumple	Cumple
Gases de combustión (CO máximo)	No cumple	Cumple	No cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	No cumple (5)	Cumple	No cumple (5)
Presión de apertura del control de suministro para gas y encendido del calentador (kPa)	5.8	3	7.2
Flujo de agua mínimo para el encendido del quemador (l/min)	3	3	1.7
CARACTERÍSTICAS			
Encendido electrónico	Sí	Sí	Sí
Sistemas de seguridad	No presenta	• Sonda de ionización (evita el paso de gas al quemador sin que exista llama para la ignición) • Limitador de temperatura (evita el sobrecalentamiento de la cámara de combustión) • Protección de sobrepresión • Sistema dúo-protección: evita la salida de agua extremadamente caliente y el encendido con flujo de agua bajo. • Dispositivo de prevención para la congelación • Dispositivo compensador de temperatura de agua	Sensor de seguridad de sobretemperatura de agua
Interruptor de encendido	Sí	Sí	Sí
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí	Sí
Control de flujo de agua	No	No	No
Display de visualización de:	Temperatura del agua	No presenta	No presenta

CALENTADORES DE AGUA DE PASO TIPO INSTANTÁNEO, TIPO I
(FLUJO DE AGUA FIJO Y FLUJO DE GAS VARIABLE), CLASE B*** MAYOR A 9.8 kPa Y MENOR O IGUAL A 19 kPa

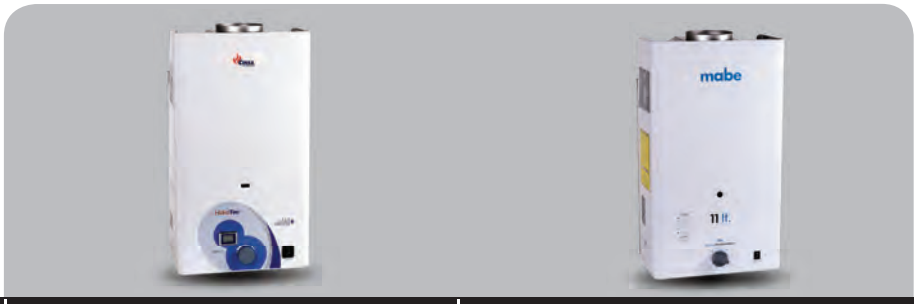
MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	**CINSA** CIN-13 Chile	**MABE** CMP13PTNBL Chile	**CAL - O - REX** Cox DPI - 13 China
Calificación global de calidad	**MB**	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad	**MB**
Flujo de agua (l/m)	9.5	9.5	9
***Servicios recomendados**	R, L, LT	R, L, LT	R, L, LT
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa
Garantía (años)	2	1	2
Acabados	Sin defectos	Sin defectos	Sin defectos
Incremento de temperatura (25 °C) Mínimo	Cumple	Cumple	Cumple
Consumo de gas por ciclo de prueba -30 minutos- (m^3)	Bajo	Medio	Bajo
Costo por ciclo de operación ($)	$9.31	$10.90	$10.26
Eficiencia térmica %	90	88	90
Carga térmica	Cumple	Cumple	Cumple
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	Cumple	Cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	Cumple	No cumple (5)	Cumple
Presión de apertura del control de suministro para gas y encendido del calentador (kPa)	7.8	16.5	12.4
Flujo de agua mínimo para el encendido del quemador (l/min)	3.9	3.9	2.2
CARACTERÍSTICAS			
Encendido electrónico	Sí	Sí	Sí
Sistemas de seguridad	•Sensor de sobretemperatura •Sensor detector de flama •Válvula de alivio de presión	•Sensor de retorno de humos producto de la combustión •Sensor se seguridad de sobretemperatura de agua •Sensor de retorno de humos o gases	•Sensor de sobretemperatura •Sensor detector de flama •Válvula de alivio de presión
Control de flujo de agua	Sí	Sí	Sí
Display de visualización de:	Sí	Sí	Sí
Control de flujo de agua	No	No	No
Display de visualización de:	Temperatura del agua	No presenta	Temperatura del agua

NOTAS
* Considerando una regadera para baja presión con un flujo entre 5 y 6 litros por minuto, un lavamanos o lavatrastos con flujo de 1.5 litros por minuto como mínimo.
2* Recomendado para apoyo de calentador solar o usando una regadera ecológica de 3.8 litros por minuto.

***Clasificación de acuerdo a la presión de agua para la apertura de válvula de gas, para encendido.
SERVICIOS RECOMENDADOS
R= Regadera
L= Lavamanos
LT= Lavatrastos

(3) No cumple; es mayor a lo indicado
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire
(5) Se salen las flamas
(6) Se apaga el calentador
Precio por litro de gas LP en el DF (septiembre de 2011: $5.83, incluye el 16% de IVA)

CALENTADORES DE AGUA DE PASO TIPO INSTANTÁNEO, TIPO I
(FLUJO DE AGUA FIJO Y FLUJO DE GAS VARIABLE), CLASE B*** (MAYOR A 9.8 kPa Y MENOR O IGUAL A 19 kPa)



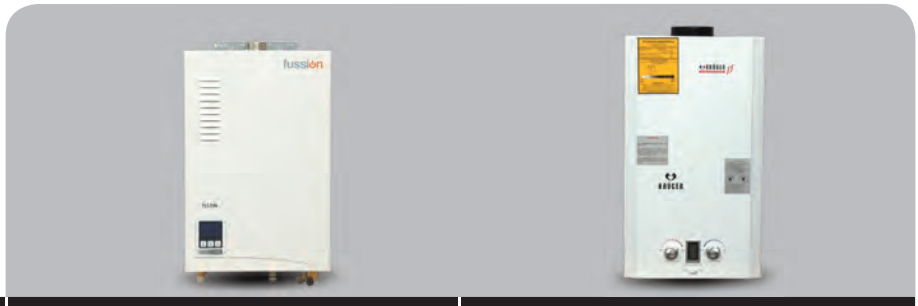
MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	CINSA CIN-11 Chile	MABE CMP11PTNBL Chile
Calificación global de calidad	MB	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad
Flujo de agua (l/m)	7.6	7.6
*Servicios recomendados	R, L o LT	R, L o LT
Información al Consumidor	Completa	Completa
Garantía (años)	2	1
Acabados	Sin defectos	Sin defectos
Incremento de temperatura (25 °C) mínimo	Cumple	Cumple
Consumo de gas por ciclo de prueba -30 minutos- (m^3)	Medio	Bajo
Costo por ciclo de operación ($)	$11.67	$8.31
Eficiencia térmica %	91	93
Carga térmica	Cumple	Cumple
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	Cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	Cumple	No cumple (5)
Presión de apertura del control de suministro para gas y encendido del calentador (kPa)	9.8	16.1
Flujo de agua mínimo para el encendido del quemador (l/min)	3.8	3.8
CARACTERÍSTICAS		
Encendido electrónico	Sí	Sí
Sistemas de seguridad	•Sensor de sobretemperatura •Sensor detector de flama •Válvula de alivio de presión	*Sensor de retorno de humos producto de la combustión •Sensor se seguridad de sobretemperatura de agua •Sensor de retorno de humos o gases
Interruptor de encendido	Sí	Sí
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí
Control de flujo de agua	No	No
Display de visualización de:	Temperatura del agua	No presenta

NOTAS
* Considerando una regadera para baja presión con un flujo entre 5 y 6 litros por minuto, un lavamanos o lavatrastos con flujo de 1.5 litros por minuto como mínimo.
2* Recomendado para apoyo de calentador solar o usando una regadera ecológica de 3.8 litros por minuto.
***Clasificación de acuerdo a la presión de agua para la apertura de válvula de gas, para encendido.

SERVICIOS RECOMENDADOS
R= Regadera
L= Lavamanos
LT= Lavatrastos
(3) No cumple; es mayor a lo indicado

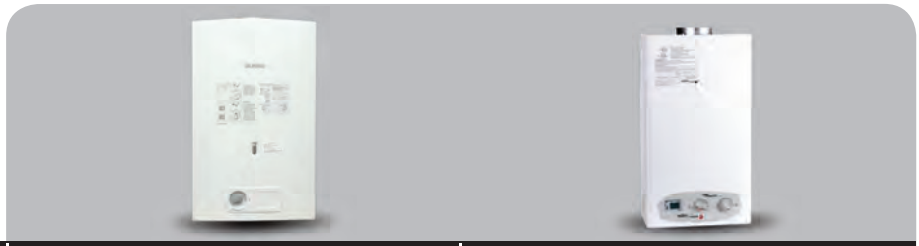
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire
(5) Se salen las flamas
(6) Se apaga el calentador
Precio por litro de gas LP en el DF (septiembre de 2011: $5.83, incluye el 16% de IVA)

CALENTADORES DE AGUA DE PASO TIPO INSTANTÁNEO, TIPO 2
(FLUJO DE AGUA VARIABLE Y FLUJO DE GAS VARIABLE), CLASE B*** (MAYOR A 9.8 kPa Y MENOR O IGUAL A 19 kPa)



MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	**FUNCOSA FUSSION** F PLUS 16 China	**KRÜGER** 2212 China
Calificación global de calidad	**E**	El producto analizado no cumple con las especificaciones técnicas mínimas de seguridad
Flujo de agua (l/m)	12	8.2
***Servicios recomendados**	2R o R, 3L, LT	R, L o LT
Información al consumidor	Completa	Completa
Garantía (años)	1	2
Acabados	Sin defectos	Sin defectos
Incremento de temperatura (25°C) mínimo	Cumple	Cumple
Consumo de gas por ciclo de prueba -30 minutos- (m^3)	Medio	Bajo
Costo por ciclo de operación ($)	$11.60	$9.11
Eficiencia térmica %	98	97
Carga térmica	Cumple	Cumple
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	No cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	Cumple	Cumple
Presión de apertura del control de suministro para gas y encendido del calentador (kPa)	17.2	15.4
Flujo de agua mínimo para el encendido del quemador (l/min)	3.9	2.7
CARACTERÍSTICAS		
Encendido electrónico	Sí	Sí
Sistemas de seguridad	•Ventilador para la extracción de gases •Limitador de temperatura de seguridad en caso de sobrecalentamiento •Protección para cierre automático del gas cuando se apaga la flama •Protección contra encendido sin agua dentro del sistema •Protección contra el exceso de presión en el agua de entrada •Protección de falla en ventilador •Protección contra sobrecarga eléctrica en la red de alimentación •Protección contra descarga eléctrica •Sensor de retorno de humos o gases	•Protección de falla de flama •Dispositivo de seguridad ligado la flujo del agua-gas •Dispositivo antiexplosión •Protección de sobrepresión •Protección de sobrecalentamiento •Protección contra corrientes de viento •Dispositivo de prevención en condiciones de congelación •Dispositivo regulador de agua
Interruptor de encendido	Sí	Sí
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí
Control de flujo de agua	Sí	Sí
Display de visualización de:	Temperatura del agua, salida de agua, funcionamiento del ventilador, funcionamiento de la cámara de combustión, contador de tiempo.	Temperatura de agua

CALENTADORES DE AGUA DE PASO TIPO INSTANTÁNEO, TIPO 2
(FLUJO DE AGUA VARIABLE Y FLUJO DE GAS VARIABLE), CLASE C*** (MAYOR A 19 kPa Y MENOR O IGUAL A 98 kPa)



MARCA, MODELO Y PAÍS DE ORIGEN	**BOSCH** Mini max Electrónico II 13 LP 7702431635 **Portugal**	**MAN** MFEP-11 DB **España**
Calificación global de calidad	**MB**	**MB**
Flujo de agua (l/m)	10	8
***Servicios recomendados**	R, L, LT	R, L o LT
Información al consumidor	Completa	Completa
Garantía (años)	2	2
Acabados	Sin defectos	Sin defectos
Incremento de temperatura (25°C) mínimo	No cumple	No cumple
Consumo de gas por ciclo de prueba -30 minutos- (m^3)	Bajo	Muy bajo
Costo por ciclo de operación ($)	$8.24	$7.04
Eficiencia térmica %	87	92
Carga térmica	No cumple (3)	No cumple (3)
Gases de combustión (CO máximo)	Cumple	Cumple
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire	Cumple	Cumple
Presión de apertura del control de suministro para gas y encendido del calentador (kPa)	26.4	21
Flujo de agua mínimo para el encendido del quemador (l/min)	5.3	3.5
CARACTERÍSTICAS		
Encendido electrónico	Sí	Sí
Sistemas de seguridad	•Sonda de ionización (no permite el paso de gas para el quemador sin que exista llama para la ignición) •Sensor contra gases tóxicos •Limitador de temperatura (evita el sobrecalentamiento de la cámara de combustión) •Protección de sobrepresión •Dispositivo de prevención en condiciones de congelación •Dispositivo compensador de temperatura de agua	•Protección contra encendido sin presión de agua •Cortatiro con sistema antirretorno de gases •Protección para cierre automático del gas cuando se apaga la flama •Sistema antiexplosión •Sistema regulador de agua a diferentes presiones •Control de encendido eléctrico por el microruptor •Detector de flama por ionización
Interruptor de encendido	Sí	Sí
Selector de temperatura de agua caliente	Sí	Sí
Control de flujo de agua	Sí	Sí
Display de visualización de:	Temperatura de agua, código de fallas, señalizador de fallas, estado de quemador y anomalías	Temperatura del agua, indicador de quemador encendido, señalización de fallas

NOTAS
* Considerando una regadera para baja presión con un flujo entre 5 y 6 litros por minuto, un lavamanos o lavatrastos con flujo de 1.5 litros por minuto como mínimo.
2* Recomendado para apoyo de calentador solar o usando una regadera ecológica de 3.8 litros por minuto.

***Clasificación de acuerdo a la presión de agua para la apertura de válvula de gas, para encendido.
SERVICIOS RECOMENDADOS
R= Regadera
L= Lavamanos
LT= Lavatrastos

(3) No cumple; es mayor a lo indicado
Resistencia de las flamas a las corrientes de aire
(5) Se salen las flamas
(6) Se apaga el calentador
Precio por litro de gas LP en el DF (septiembre de 2011: $5.83, incluye el 16% de IVA)

LO QUE ENCONTRAMOS

En la **información para el consumidor**, todos los calentadores analizados presentan la información requerida por la normatividad nacional vigente aplicable a estos productos.

Observamos que la **garantía** va de uno a cinco años en los calentadores de depósito y en los de paso de rápida recuperación. Sin embargo, los calentadores de paso tipo instantáneos ofrecen no más de dos años, seguramente por las características físicas y de operación.

En cuestión de diseño, solo uno de los calentadores presentó un **mal ensamblaje** de la tapa superior y fue el **Lenisco 801**.

En la capacidad volumétrica, uno de los calentadores de depósito no cumplió con la indicada por el fabricante; fue **Magamex 9038-VIII-C**, fabricado en México, ya que el valor medido fue 5.2% menor a lo indicado.

En lo referente al consumo de gas, encontramos muy poca variación en el consumo requerido por ciclo de operación de los calentadores de depósito, siendo el más bajo el del calentador **Kalotron Eco-Heat-40192** de fabricación nacional, con tan solo 0.106 m³, por lo que calificó como "Excelente". En los calentadores de paso, ya sea de rápida recuperación o instantáneos, encontramos que el consumo de gas por ciclo de prueba (30 min) va de 0.204 m³ a 0.586 m³, y los más ahorradores son el **Guardian 40056** y el del **Kalotron 40086**, ambos de fabricación nacional. En los calentadores de agua de paso tipo instantáneo, el **Kalotron Thermo Intelligent KTI -06** (fabricado en China) y el **Man MFEP-11 DB** (fabricado en España) calificaron como "Excelentes", ya que su consumo es de 0.213 y 0.310 m3, respectivamente.

Con respecto a la eficiencia térmica que es la forma en que el bóiler aprovecha el gas, encontramos que la gran mayoría de los calentadores analizados presentaron eficiencias ligeramente mayores a lo declarado. Sin embargo, los calentadores de agua de paso de rápida recuperación **Magamex CRRP–14-P**, **Guardian 40056** y **Kalotron 40086**, todos de fabricación nacional, obtuvieron eficiencias por debajo a lo declarado, calificando de acuerdo al valor obtenido de forma comparativa con respecto a los demás como "Buenos". Asimismo, el calentador de agua de depósito **Kalotron 40080**, de fabricación nacional, fue el único que obtuvo un valor por debajo a lo declarado en su información al consumidor y a lo permitido en la norma de referencia, por lo que no cumple los estandares requeridos.

Un poco más del 18% de las muestras no pasaron la prueba del monóxido de carbono.

El tiempo de recuperación que presentaron los calentadores de depósito osciló entre 11 y 21 minutos aproximadamente, siendo el menor y el mejor de todos el **Lenisco 801**, fabricado en México. El **Kalotron 40080**, cronometró un tiempo de recuperación mayor a lo declarado por su fabricante, casi minuto y medio más, por lo que no pasó esta prueba.

En lo referente a la capacidad de carga, observamos que más del 20% del total de muestras analizadas no cumple con lo declarado por el fabricante en su información al consumidor.

En cuanto al monóxido de carbono (gas tóxico) que generan los calentadores durante su uso, detectamos que poco más del 18% de las muestras analizadas, básicamente de los calentadores de paso, presentaron niveles superiores a lo permitido por la norma de referencia, por lo cual quedan reprobados en esta prueba.

Al analizar la temperatura de los gases de combustión, encontramos que solo tres de los calentadores presentaron temperaturas superiores a lo permitido en los requisitos de seguridad de la norma de referencia y son los calentadores de agua de paso de rápida recuperación Clase B: el **Guardian 40056**, y el **Kalotron 40091** y el **40086**.

Con respecto a la temperatura de las partes operadas manualmente, corroboramos que en ninguno de los calentadores analizados obtuvieron temperaturas superiores a lo permitido en la norma de referencia (máximo 55°C).

En la prueba de resistencia de las flamas a las corrientes de aire, descubrimos que más del 27% de los calentadores de paso presentaron fallas. ¿Cuáles? En los calentadores de rápida recuperación se salieron las flamas de la cámara de combustión al aplicar el flujo de aire por la base o por la puerta del calentador; incluso en un modelo se llegó a apagar el piloto. En los de tipo instantáneo se apagó el calentador al aplicar la prueba por la entrada de aire principal o por las ventilas superiores.

En lo que respecta al incremento de temperatura mínimo que deben de generar los calentadores de paso encontramos que los de rápida recuperación **Guardian 40056**, **Kalotron 40091** y el **40086** y, los de tipo instantáneo **Bosch Mini max Electrónico II 13 LP** y el **Man MFEP-11 DB**, no alcanzan los 25°C.

Precios mínimos y máximos de calentadores de agua en la Ciudad de México, su zona metropolitana y Monterrey

Precios recopilados del 6 al 14 de septiembre de 2011

Quién es Quién en los precios

MARCA Y MODELO	CIUDAD DE MÉXICO Y ZONA METROPOLITANA				MONTERREY			
	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
Calentadores de agua de deposito, clase A (con aislamiento térmico y depósito galvanizado)								
LENISCO 801	$1,900	Casa Bale	–	–	–	–	–	–
MAGAMEX 9038-VIII-C	$1,066	Grupo Sanimex (Aragón)	$1,322	Ferre Hydro	–	–	–	–
Calentadores de agua de depósito, clase B (con aislamiento térmico y depósito porcelanizado)								
KALOTRON Eco-Heat 40192	$1,900	Comercializadora Izar	$2,000	Olamar	–	–	–	–
GUARDIAN 40014	$1,050	Ferre Caballero	$1,300	Olamar	–	–	–	–
IUSA Caper 40 E	$1,149	Diplomex	$2,099	Coppel	–	–	–	–
CAL-O-REX G-10 standard	$2,050	Ferre Caballero	$3,099	Coppel	$2,039	LM Bodegas	$3,099	Coppel
CINSA BOILERS C-101	$1,685	Comercial Azulejera del Sur	$2,299	Coppel	$1,999	Hogar & Más	$2,299	Coppel
KALOTRON 40080	$1,650	Ferre Caballero	$2,100	Accesorios, Baños y Cocinas Ecatepec	–	–	–	–
Calentadores de agua de paso de rápida recuperación, clase A (con aislamiento térmico y depósito galvanizado)								
MAGAMEX CRRP - 14 - P	$3,064	Grupo Sanimex (Ayuntamiento)	$3,577	Ferre Hydro	–	–	–	–
LEFLAM 021	$4,526	El Surtidor	–	–	–	–	–	–
LENISCO 914	–	–	–	–	–	–	–	–
Calentadores de agua de paso de rápida recuperación, clase B (con aislamiento térmico y depósito porcelanizado)								
CAL - O - REX CoxDP-10 standard	$4,500	Ferre Caballero	$6,190	Accesorios, Baños y Cocinas Ecatepec	–	–	–	–
HESA Vanguard	$4,300	Casa Bale	$4,636	Tienda Pase	–	–	–	–
DELTA Omega Premium	$3,199	Diplomex	$4,400	Almacén de Azulejos y Sanitarios	–	–	–	–
IUSA RR-9	–	–	–	–	–	–	–	–
KALOTRON 40091	$2,900	Ferre Caballero	$2,970	Ferretería Santa Fe	–	–	–	–
OPTIMUS ODP - 09	$1,250	Refacciones Reyes	$1,350	Casa Bale	–	–	–	–

KALOTRON 40091	$2,900	Ferre Caballero	$2,970	Ferretería Santa Fe	–	–	–	–
OPTIMUS ODP - 09	$1,250	Refacciones Reyes	$1,350	Casa Bale	–	–	–	–
CINSA CDP - 09 /	$2,600	Refacciones Reyes	$3,899	Coppel	$2,199	Villarreal Muebles	$3,899	Coppel
CAL - O - REX Cox DP - 08 Standard	$3,500	Ferre Caballero	$4,899	Coppel	$4,689	Sears (sucursal centro)	–	–
KALOTRON 40086	$1,550	Local 11, 17 y 18 anexo del Mercado Portales	$2,060	Vitromex	–	–	–	–
GUARDIAN 40056	$1,900	Olamar	–	–	–	–	–	–
Calentadores de agua de paso tipo instantáneo, tipo I (flujo de agua fijo y flujo de gas variable), Clase A (menor o igual a 9.8 kPa)								
ASCOT Cesp 16	$3,563	Comercial Azulejera	$4,600	Azulejos y Muebles Rivera	–	–	–	–
BOSCH Confort 13 BP LP 7716473632	$3,428	Ferretería La Libra	$4,099	The Home Depot	$3,496	Mueblería Maya	$3,650	Mueblería González
KALOTRON Thermo Intelligent KTI -06	$1,500	Baños y Azulejos Ayuntamiento, Baños y Azulejos Ayuntamiento (Baasa)	–	–	–	–	–	–
Calentadores de agua de paso tipo instantáneo, tipo I (flujo de agua fijo y flujo de gas variable), Clase B (mayor a 9.8 kPa y menor o igual a 19 kPa)								
CINSA CIN-13	$3,000	Comercial Azulejera, Comercial Azulejera del Sur, Mármoles y Tocadores de Cuernavaca	$3,600	Accesorios, Baños y Cocinas Ecatepec	$2,679	LM Bodegas	$3,799	Coppel
MABE CMP13PTNBL	$3,000	Famsa (Matriz)	$3,402	Baños y Azulejos Ayuntamiento (Baasa)	–	–	–	–
CAL - O - REX Cox DPI - 13	$3,600	Refacciones Reyes	$4,269	Sears (Satélite)	$3,869	The Home Depot	$4,079	Liverpool
CINSA CIN-11	$2,711	Comercial Azulejera, Comercial Azulejera del Sur, Mármoles y Tocadores de Cuernavaca	$3,250	Accesorios, Baños y Cocinas Ecatepec	$2,420	LM Bodegas	–	–
MABE CMP11PTNBL	$2,782	Baños y Azulejos Ayuntamiento	$2,783	Baños y Azulejos Ayuntamiento (Baasa)	$2,529	Hogar & Más	–	–
Calentadores de agua de paso tipo instantáneo, tipo 2 (flujo de agua variable y flujo de gas variable), clase B (mayor a 9.8 kPa y menor o igual a 19 kPa)								
FUNCOSA FUSSION F PLUS 16	$4,949	Diplomex	–	–	–	–	–	–
KRÜGER 2212	$2,699	Famsa (Matriz y Tacubaya)	$4,703	Sears (Perisur y Satélite)	$2,699	Famsa	$5,483	H20 TEK
Calentadores de agua de paso tipo instantáneo, tipo 2 (flujo de agua variable y flujo de gas variable), clase C (mayor a 19 kPa y menor o igual a 98 kPa)								
BOSCH Mini max Electrónico II 13 LP 7702431635	$5,745	Liverpool	$5,799	The Home Depot	$5,538	Mueblería Maya	$5,799	The Home Depot
MAN MFEP-11 DB	$4,463	Mármoles y Tocadores de Cuernavaca	$5,298	Sears (Ecatepec, Perisur y Satélite)	–	–	–	–

*No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.
Nota: la dirección de los establecimientos que se muestran en el cuadro, la podrás solicitar al teléfono 5568 8722 en el DF o desde cualquier otro lugar de la República Mexicana, al 01 800 468 8722.
Para cualquier duda envía un correo a quienesquien@profeco.gob.mx.

TENDENCIAS DE CONSUMO

El nuevo poder de los consumidores

(o “tu tuit es muy importante para nosotros”)

Las persecuciones telefónicas para decirle a un fabricante lo que piensas sobre su producto se han sustituido por vías mucho más efectivas: las redes sociales. Sí, a muchas marcas les preocupa lo que escribes sobre ellas en tu Facebook. Y eso te otorga un poder. **Por Magda Coss**

NT

No todos los consumidores son tan creativos y pacientes como Mike Soltis. En marzo pasado este norteamericano treintañero adquirió en Cisco Systems un router inalámbrico para compartir el internet de banda ancha entre varias computadoras de su casa. El aparato no funcionó correctamente al instalarlo, por lo que Mike siguió el camino lógico: llamó a soporte técnico. A pesar de las instrucciones que le dieron, la conexión seguía sin funcionar. Entonces llamó a servicio al cliente, de donde lo canalizaron nuevamente a soporte técnico.

Al final el diágnostico fue que Mike había recibido información incorrecta del proveedor y, en realidad, necesitaba un modelo distinto de router, con un costo extra de 50 dólares. Obviamente, pidió que le reemplazaran el producto sin cargo, por los inconvenientes. La compañía, aunque en principio se negaba, finalmente accedió, pero le envió en dos ocasiones el mismo modelo equivocado que ya tenía: cuatro semanas y muchas más llamadas infructuosas después, Mike tenía dos routers iguales al que había adquirido originalmente que, desde luego tampoco funcionaban y además uno extra, distinto, que le prometieron vanamente resolvería el problema, lo cual tampoco fue cierto.

En un estado cercano a la desesperación, Mike decidió componer una canción, hacer un video y subirlo a Youtube. El resultado fue "Cisco Sucks" (youtu.be/Eu8kNeBegro). Una vez que el video alcanzó las mil visitas, Mike lo envió a los directores de Cisco. ¿El resultado? Soltis recibió llamadas del vicepresidente de Marketing y de uno de los directores generales de Operaciones quien, finalmente, además de disculparse, le envió el mejor equipo de interconexión disponible.

Gracias a las redes sociales, Mike Soltis no solo consiguió que se resolviera su demanda, también entró en contacto con otros consumidores con problemas muy similares, con lo cual quedó al descubierto una de las debilidades de una de las principales compañías líderes en dispositivos y redes de internet. A partir de este caso, Cisco incluso tuvo que implementar cambios en su organización para la atención a sus clientes. La historia de Mike bien podría considerarse un triunfo para los mortales, los consumidores, frente a las grandes compañías que, a veces, parecen tener todo el poder.

Con un pequeño retuit de tus amigos

Lo cierto es que muchos de nosotros, al adquirir un producto o servicio, nos hemos encontrado en ese estado mental de ira, exasperación, impotencia y adrenalina, sobre todo cuando no se cumplen nuestras expectativas sobre ese producto que en la distancia de la pantalla de televisión o la foto del empaque parece maravilloso; cuando el vendedor nos ignora o nos trata como ignorantes; cuando el producto se carga a la tarjeta de crédito a los cinco minutos de la compra, pero llega cinco semanas después de lo prometido o hasta cuando el vehículo repartidor de Coca-Cola nos embiste y se pasa un semáforo en rojo en plena avenida Insurgentes del Distrito Federal. Nos sentimos consumidores desolados perdidos en la inmensidad de un conmutador que dice "Su llamada es muy importante para nosotros, en un momento lo atenderemos", aunque hayan pasado más de cuarenta minutos.

Todos los que están de acuerdo con lo anterior, seguramente han pensado en escribir al director de la compañía, denunciar al fabricante en **Profeco,** consultar a un abogado y entablar una demanda, plasmar en un grafiti nuestra furia contra la empresa y decirle a cada uno de nuestros familiares y conocidos que no vuelva a pararse en ese sitio o a consumir la marca. Pero, posiblemente, la mayoría de nosotros solo hemos alcanzado a hacer esto último.

Pero ¿qué sucede cuando nuestra red de conocidos y familiares se multiplica a través de las redes sociales e incluye hasta a los compañeritos de primero de kínder? Quizá nunca vimos a nuestros 500 amigos en Facebook o a nuestros más de mil seguidores de Twitter como un activo que nos proporciona un cierto poder, sobre todo cuando revelamos nuestros gustos o disgustos. Pero, al parecer, las compañías lo están considerando así, y no son pocas las que destinan tiempo y grandes recursos humanos y económicos a expandir sus servicios de atención al cliente para dar, en algunos casos, un trato aún mejor a los cibernautas.

En México el 35% del total de los hogares tiene una computadora con acceso a internet en su casa, pero si consideramos los grupos con mayor poder adquisitivo, este porcentaje se eleva hasta el 80%, lo cual lo convierte en una herramienta cotidiana tanto para consultar marcas, buscar productos, ubicar dónde se venden, adquirirlos online y, finalmente, comentar la experiencia. Sin embargo, el servicio de internet en los dispositivos móviles ha crecido muy rápidamente en nuestro país (a un ritmo de 2% en los últimos años), facilitando que entre 14 y 18% de los usuarios se conecten en redes sociales a través de sus teléfonos celulares, y se estima que son el doble de activos que los que se conectan a través de la computadora.

> "El consumidor encuentra en la redes sociales un megáfono para sus quejas contra las compañías. La discusión que antes se llevaba a cabo por teléfono, ahora se amplifica en internet. La queja de un usuario repercute de inmediato."

Un megáfono, millones de voces

Con respecto a las redes sociales, en nuestro país actualmente, de acuerdo a los datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), hay 21 millones de usuarios, de los cuales seis de cada diez visitan estos sitios por lo menos una vez al día. Las redes sociales más visitadas desde México son Facebook, donde se conecta el 74% de los usuarios cotidianamente; Twitter con 53% de las conexiones diarias y YouTube con el 51%.

Los números con los que ha crecido Facebook en México en los años recientes hacen imposible no tomarlo en cuenta como una herramienta de comunicación y un potencial canal de comunicación más directa con los personas, además, es un espacio donde voluntariamente escriben sus intereses y preferencias. Según datos de Inside Facebook Gold, en México hay 25.6 millones de usuarios de Facebook y más de 750 mil nuevos usuarios se suman anualmente, lo cual nos coloca como el sexto país con más usuarios de Facebook en el mundo.

Con respecto a Twitter, la AMIPCI apunta que el 17% de los usuarios de internet en México están en esta red social y que el 86% publica al menos un tuit al día. No obstante, la presencia natural de los usuarios de Twitter en otras páginas, foros y blogs podría convertirlos en los usuarios más experimentados y comunicativos dentro de las redes sociales. Un estudio reciente de Exact Target, una de las empresas referentes en desarrollo de software enfocado al marketing en internet, apunta hacia allá y concluye que los consumidores que son activos en Twitter son tres veces más propensos a impactar la reputación de una marca en las redes, foros de opinión, blogs y artículos referenciales, que lo que puede impactar un consumidor promedio. Lo cual sucede, en gran medida, porque los usuarios de Twitter son más participativos en todos estos diversos espacios de la red (entre el 60 y 70% de los consumidores en internet publican comentarios, quejas u opiniones al menos una vez al mes en blogs, foros, páginas de los productos o servicios o sitios de noticias)

Agustín Mustieles, director de proyectos digitales de Eidos Comunicaciones, una empresa mexicana que se dedica a desarrollar el soporte digital y las redes sociales de empresas e instituciones, lo explica así: "Los consumidores encuentran en la redes sociales un megáfono para sus quejas contra las compañías. La discusión que antes se daba en una línea telefónica, ahora se amplifica en el internet. Una queja de un usuario ante un producto o servicio repercute inmediatamente en la opinión de todo su círculo social y de sus seguidores. Las empresas tienen que monitorear constantemente las redes sociales y dar respuesta a las inquietudes de sus clientes, las que no lo hacen, ponen en peligro su reputación. En gran medida, el mayor peso de una crítica a una empresa o producto en una red social radica en que el mensaje proviene de una persona en la que confiamos, y entonces tomamos esa queja como una advertencia, la cual podría influir, sin duda, en nuestras decisiones para nuestra próxima compra".

Darle "follow" a una marca

Por uno u otro medio, las quejas en las redes sociales finalmente salen a la luz y el flujo de información en internet sigue su curso para alcanzar a las personas responsables de un producto o una marca, pero generalmente en el camino alcanza a muchos más consumidores potenciales. Por ello, los expertos coinciden en que es absurdo que las compañías abran cuentas en Twitter o Facebook si no les dan seguimiento y no los utilizan como un canal de servicio al cliente donde acepten reclamaciones y sugerencias.

Para Mauricio González Lara, autor del libro *Responsabilidad Social Empresarial* y socio consultor de la agencia Alta Empresa (que ha seguido de cerca el desarrollo de los servicios al cliente de las empresas), el desarrollo de estrategias de comunicación con el cliente a través de redes sociales son centrales. No solamente porque la

queja puede llegar a numerosos contactos o porque el reclamo es inmediato, sino porque lo transparenta y hace imposible "esconderlo" en los intrincados caminos de las áreas de servicio al cliente.

Pero lo más importante, considera el especialista, es que: "Las redes sociales permiten mantenerse en un diálogo constante con el cliente. No solo para quejas, sino en ámbitos que le permiten a la marca crear toda una comunidad que haga sentir al cliente como una parte importante de ella". Lo cual para la marca es una colaboración invaluable. Los consumidores, de acuerdo con González Lara, tienden a elegir marcas porque sienten que su estilo de vida está representado por ellas. Es decir, hay un romance con la marca que nos permite proyectar lo que queremos ser. "Si uso un iPad no solo es porque es un gadget fantástico, sino porque me siento representado por la filosofía vanguardista de Apple. Starbucks no vende café, sino la posibilidad de un espacio relajado donde me pueda sentar en un sillón cómodo y la barista me sonría y me pregunte mi nombre. En México esto también es cada vez más visible. El mexicano se vuelve cada vez más exigente respecto a las marcas y servicios que contrata, así como más amoroso si estos proyectan lo que quiere ser", comenta el autor de *Responsabilidad Social Empresarial*.

Para muchos las redes sociales de los productos permiten esto, el pertenecer a la comunidad de una marca y ser atendidos de una manera personalizada, recibir anuncios de lanzamientos, promociones y descuentos en su correo personal o al estar dentro del grupo, la fanpage, ser followers o amigos de la marca. Finalmente, en esos espacios los consumidores encontrarán personas que compartan, en algún aspecto, su estilo de vida o al menos, sus gustos.

El poder viral del consumidor

Y lo de los gustos es muy importante, al menos con respecto a las redes sociales. Los expertos coinciden en que lo que ha dado vida a las redes sociales es que las personas no requieren conocimientos profundos sobre los temas para enviar un mensaje al ciberespacio y que sea leído por miles de personas. Lo que hacen los usuarios de redes sociales es tan simple como compartir sus experiencias y sus opiniones, incluso sobre las cuestiones más cotidianas como dónde desayunaron, si probaron un nuevo refresco, comentar las series de televisión o cuál consideran el mejor celular.

> Cada vez más consumidores consultan internet para revisar en foros las críticas o comentarios positivos de tal o cual producto, lo que hace cada vez más difícil para una marca esconder las debilidades de su producto.

Y también es cierto que cada vez más consumidores consultan el internet para revisar en foros las críticas o comentarios positivos de tal o cual producto, lo que hace cada vez más difícil para una marca esconder las debilidades de su producto. Por ejemplo, en los foros sobre maternidad y bebés, son frecuentes los comentarios sobre carriolas o sillas del coche, y es verdaderamente aventurado comprar alguna sin antes consultar las muchas opiniones de papás que ya la han utilizado y han enfrentado las dificultades para replegarla, ajustarla al coche o hacerla entrar en la cajuela. Peor aún cuando los pequeños han sufrido algún accidente o percance por las características del producto, porque entonces los comentarios son verdaderas represalias contra el fabricante y señales de alarma para los otros padres.

Justo en ese sentido, Mustieles propone que los consumidores nos solidaricemos a través de las redes sociales y que "antes de comprar un producto o utilizar un servicio, busquemos en esas mismas redes sociales y foros cuál es la experiencia de otras personas. Preguntemos a nuestros amigos y conocidos por tal o cual

producto o servicio. También si les gusta algo díganlo y compartan sus malas experiencias, así estarán ayudando a los otros a tomar mejores decisiones".

En las redes sociales es posible "hablar" entre consumidores, compartir experiencias y especificaciones sobre cualquier producto o servicio que consumamos y ayudar a que los demás tengan una idea clara sobre los mismos. Si bien, las opiniones y comentarios en internet pueden ser una referencia interesante cuando los comentarios son positivos, es indispensable cuando la experiencia ha sido mala.

Un primer paso puede ser el "muro" de la empresa o establecimiento. Además, exponer la situación en la cuenta personal de Twitter, Google+ o Facebook también puede tener repercusiones entre nuestros contactos: podría encontrar eco entre otros más y esparcirse viralmente obteniendo así un impacto mucho mayor. De esta manera, los consumidores podemos crear una red solidaria para hacer frente a las grandes transnacionales que a veces parecen tener todo el poder y el control para tratar al cliente según sus criterios y también para no dejar engañarnos por la publicidad tradicional.

TU INFLUENCIA EN INTERNET: DOS CASOS DE ÉXITO

Algunas compañías son muy sensibles a las quejas de los consumidores: Nestlé borró de su página de Facebook comentarios de sus seguidores cuando estos apoyaron una denuncia de Greenpeace que relacionaba los chocolates de la marca con la deforestación de los bosques de Indonesia.

Cuando los usuarios de las redes sociales notaron este intento de censura de la compañía (y su intención de solo dejar los comentarios positivos) amenazaron con boicotear a la marca, (mucho más por la censura que por el impacto ambiental). Nestlé tuvo que recapacitar en buena medidad porque Greenpeace lanzó una campaña viral en 25 países con ciberacciones en distintas redes, principalmente YouTube.

Así, las conversaciones en las redes sociales se pueden generar con o sin la participación de la marca, sobre todo si los comentarios encuentran eco y si son compartidos o citados por los seguidores. Además, si las empresas ponen a disposición de sus clientes cuentas de Twitter o Facebook, las consultas de otros usuarios se hacen públicas, así como las respuestas o la falta de ella, que pudieran darles las marcas a los consumidores. Esto le permite a cualquier usuario común darse una idea de la atención que brinda a sus clientes una compañía, incluso desde antes de acercarse a ella o incluirse en su comunidad.

Un caso interesante donde dejaron al margen a la marca es el que se publicó en el sitio apestan.com: Pablo, uno de los agentes telefónicos de atención a clientes del servicio de televisión por cable Dish, ante las numerosas quejas de suscriptores, de manera personal se puso a disposición de los usuarios para resolver sus dudas y asesorarlos, pidiéndoles solo que no lo insultaran porque no representaba a la empresa, quería ayudarlos porque conocía el funcionamiento de la misma. El resto de los usuarios aplaudieron su comentario, otros enviaron sus dudas e incluso algunos quedaron menos enojados con la empresa porque vieron que empleados como Pablo forman parte de ella.

PROFECO
CERCA DE TI

Estos son los canales y servicios que te ofrece la **Procuraduría Federal del Consumidor** para cumplir con su misión a lo largo y ancho de la República.

SERVICIOS

Esta área recibe y atiende las quejas de los consumidores, monitorea la publicidad para detectar aquella que pueda ser engañosa, inicia Procedimientos por Infracciones a la Ley, registra contratos de adhesión de los proveedores, brinda asesoría gratuita y recibe tus denuncias, entre otras funciones.

REGISTRO PÚBLICO DE CONSUMIDORES

¡La privacidad es tu derecho! Inscribe tu número telefónico y evitarás el acoso de los proveedores que te ofrecen publicidad no deseada.

9628 0000
(DF, Guadalajara y Monterrey)
01 800 962 8000
(Resto del país)

BURÓ COMERCIAL

Para que conozcas el número de quejas contra proveedores de productos y servicios, los motivos de reclamación, porcentaje de conciliación y las multas que les fueron impuestas, puedes consultar nuestro Buró Comercial en el Teléfono del Consumidor y en burocomercial.profeco.gob.mx.

REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN

Para que los contratos de adhesión que utilizan los proveedores no contengan cláusulas abusivas o inequitativas para los consumidores, **Profeco** los revisa, aprueba y registra en burocomercial.profeco.gob.mx.

ASESORÍAS

En asesoria@profeco.gob.mx entras en contacto directo con especialistas en derechos del consumidor.

Teléfono del Consumidor

telefonodelconsumidor.gob.mx

5568 8722 DF y zona metropolitana
01 800 468 8722 Larga distancia sin costo

LEVANTA UNA QUEJA

Si contratas un servicio o compras un producto y el proveedor no cumple con el precio, la fecha de entrega, las características, la validez de la garantía o cualquier otro compromiso establecido en el contrato, presenta una queja. Llama al Teléfono del Consumidor para exponer tu caso a un asesor y, si compete a **Profeco**, te informará sobre los documentos que debes presentar en la delegación más cercana.

PROGRAMA UNA CITA

Procitel es el servicio de citas por teléfono que te permite agendar el día y la hora a la que puedes acudir a una de las delegaciones Profeco para presentar tu queja. Te ofrecemos comodidad, eficacia y atención inmediata. ¡Porque tu tiempo vale oro!

Conciliane*t*®

También puedes presentar tu queja por internet en Concilianet. Cero filas, cero espera, cero papel. Entra a concilianet.profeco.gob.mx y conoce a los proveedores que ya concilian en línea.

VERIFICACIÓN

Esta área realiza visitas y operativos de verificación para evitar que los distintos proveedores de bienes y servicios cometan prácticas abusivas en contra de los consumidores. Si encuentra irregularidades tiene la facultad de imponer multas y clausuras.

COMBUSTIBLES

Ya sean gasolineras o plantas almacenadoras y distribuidoras de gas LP, **Profeco** verifica todos lo establecimientos que expenden combustible al público, mediante un programa permanente con presencia en toda la República Mexicana.

Una de las claves de este esfuerzo es la revisión periódica de los instrumentos de medición, con lo que se busca garantizar que las bombas de gasolina surtan litros de a litro y que los vehículos autotanques (pipas) y los camiones repartidores de cilindros de gas LP den kilos de a kilo.

¿Tienes la sospecha de que tu proveedor de gas LP vende cilindros medio llenos o que la gasolinera no despacha litros completos? Denúncialos para que **Profeco** les haga una visita de verificación. llama al Teléfono del Consumidor: 5568 8722 en el DF y zona metropolitana, y 01 800 468 8722, larga distancia sin costo desde el resto del país. No es necesario presentar pruebas ni proporcionar tus datos, solo información que permita identificar al proveedor. También puedes denunciar a través de estas direcciones: denunciasgasolina@profeco.gob.mx o denunciasgaslp@profeco.gob.mx.

EL SEMÁFORO PROFECO

Luz roja a las gasolineras. El semáforo Profeco es una herramienta en profeco.gob.mx para conocer el comportamiento comercial de la gasolinera que frecuentas. Lo único que debes hacer es seleccionar uno de los tres criterios de búsqueda: por domicilio, por número de gasolinera (el cual se encuentra en todas las gasolineras en el letrero principal) o nombre o razón social de la estación de servicio. Interpretar el semáforo es muy sencillo, el color asignado a las estaciones de servicio depende del resultado de la última visita de verificación no mayor a 180 días de antigüedad:

Rojo. Se presentó alguna irregularidad grave, como que se negaran a la verificación o que alguno de los dispensarios no despachara dentro del margen de tolerancia permitido.

Ámbar. Se registraron irregularidades menores. Por ejemplo que no se presentara documentación de la aprobación del modelo o prototipo de dispensario.

Verde. No se encontró ningún tipo de inconsistencias en la última visita de verificación.

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Profeco se encarga de realizar visitas de verificación en estos lugares para que el consumidor tenga la garantía de que los productos o servicios que ofrecen los proveedores se comercializan conforme a la Ley.

Entre los establecimientos que se visitan se cuentan principalmente aquellos dedicados a la venta de productos básicos como panaderías, carnicerías, pollerías, expendios de abarrotes y mercados. Las inspecciones también abarcan otros sectores, como el turístico, en el que se verifica el cumplimiento de normas en bares, restaurantes, hoteles y otros comercios ubicados en distintos destinos del país.

Si conoces algún establecimiento comercial que comete prácticas abusivas, envíanos un correo a denunciasprofeco@profeco.gob.mx

CONTACTO CIUDADANO (CC)

Nuestro espacio de atención ciudadana en el que proveedores y consumidores pueden realizar trámites que ofrece **Profeco,** como la solicitud de calibración de instrumentos de medición, venta de hologramas, levantamiento de medidas precautorias de productos e instrumentos de medición y, en general, asesoría jurídica personal y telefónica (contacto_ciudadano@profeco.gob.mx).

LABORATORIO PROFECO

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor elabora los estudios de calidad que cada mes puedes leer aquí. El Laboratorio Profeco está a la vanguardia en su género, ya que se encuentra certificado y acreditado por estándares que dan validez internacional a los resultados de sus análisis. Tú puedes enviar sugerencias de estudios directamente al laboratorio. Solo tienes que enviar un correo a laboratorio@profeco.gob.mx.

EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN

Además de hacer la Revista del Consumidor y muchos otros productos informativos, esta área se encarga de las acciones preventivas de Profeco por medio de la educación, orientación y asesoría de consumidores para que conozcan sus derechos y ejerzan un consumo inteligente y responsable.

¡TU GUÍA DE CONSUMO INTELIGENTE EN INTERNET!

revistadelconsumidor.gob.mx

Expande tu experiencia como lector en la **Revista del Consumidor en Línea**. A muy pocos clics de distancia encontrarás: nuestros programas de TV y radio, webcasts, podcasts, estudios de calidad, Tecnología Doméstica Profeco...

REDES SOCIALES

Puedes estar en contacto con **Profeco** a través de:

twitter.com/profeco
youtube.com/profecotv
facebook.com/consumidorinteligente
facebook.com/MitourbanoProfeco
facebook/consuman
profeco.tumblr.com

¿NO LLEGA TU REVISTA?

Si tienes problemas con tu suscripción a la Revista del Consumidor, escribe a **circulacion@profeco.gob.mx** o llama al 5516 6612 de la Ciudad de México.

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

¿Quieres crear una asociación de consumidores formal que funcione de manera autónoma? Contáctanos en: **asociaciones@profeco.gob.mx**

BRÚJULA DE COMPRA

Análisis de precios y estudios comparativos para el consumidor inteligente. Ubica la Brújula de Compra en **profeco.gob.mx**

CONSEJO CONSULTIVO DEL CONSUMO (CCC)

El CCC está integrado por personalidades de la sociedad civil y expertos en la materia. Su objetivo: crear programas y definir acciones públicas relacionadas con las atribuciones de **Profeco**. Entre sus temas prioritarios están la publicidad engañosa, verificación de combustibles, acciones colectivas y la participación ciudadana.

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:
- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- **Saber en qué AFORE se encuentra tu Cuenta Individual**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).
- Saber qué hacer en caso de que no llegue tu estado de cuenta
- Tipos de Retiros Parciales
- Quejas ante CONDUSEF
- Localización de la Cuenta ISSSTE (A través de un asesor por medio de la CURP)
- Transferencia a PENSIONISSSTE

Teléfono :
01 800 50-00 747

Horario de Atención
Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:00 a 22:00 hrs.
Sábados y Domingos de 9:00 a 18:00 hrs.
Servicio automático de localización de tu Cuenta Individual
las 24 hrs. del día, los 365 días del año.

PROFECO CERCA DE TI

Directorio de delegaciones

AGUASCALIENTES
Juan de Montoro #103, col. Centro, CP 20000, Aguascalientes. Tel. 916 2969

BAJA CALIFORNIA
Guadalupe Victoria #9440,edificio Daroca, a espaldas de Plaza Fiesta, col. Zona del Río, CP 22320, Tijuana. Tel. 684 8916
Subdelegación: Av. Pioneros #1005, Palacio Federal, colonia Centro Cívico, CP 21000, Mexicali. Tel. 557 3084

BAJA CALIFORNIA SUR
Jalisco s/n, esq. Francisco I. Madero, col. Pueblo Nuevo, CP 23060, La Paz. Tel. 122 8077

CAMPECHE
Av.16 de Septiembre s/n, Palacio Federal, primer piso, col. Centro, CP 24000, Campeche. Tel. 811 0672

COAHUILA
Blvd. Venustiano Carranza #2879, (a un lado del "Sat"), col. La Salle, CP 25240, Saltillo. Tel. 416 5445
Subdelegación: Av. Matamoros #1285 Pte, Col. Centro, CP 27000, Torreón. Tel. 712 6406

COLIMA
José Antonio Torres #402, esq. Av. Rey Coliman, col. Centro, CP 28000, Colima. Tel. 314 6949
Subdelegación: Balbino Dávalos #54, esq. Carrillo Puerto, col. Centro, CP 28200, Manzanillo. Tel. 332 9180

CHIAPAS
Circunvalación Tapachula #844, col. Moctezuma, CP 29030, Tuxtla Gutiérrez. Tel. 602 5938
Subdelegación: Octava Avenida Sur #46, entre 2a y 4a Poniente, col. Centro, CP 30700, Tapachula de Córdoba. Tel. 626 7501

CHIHUAHUA
Av. Benjamín Franklin #3220, interior 7, col. Margaritas. CP 32315, Cd. Juárez. Tel. 613 5087
Subdelegación: Ramírez #2007, esq. Calle 22, col. Pacífico, CP 31030, Chihuahua. Tel. 410 0778

DISTRITO FEDERAL
Centro (Benito Juárez, Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Azcapotzalco): Dr. Carmona y Valle #11, 4to y 5to piso, col. Doctores, CP 06720. Tel. 5578 0412
Oriente (delegaciones: Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza): Azafrán #18 1er piso, col. Granjas México, CP 08400. Tel. 5686 1900
Poniente (delegaciones políticas: Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo): Toltecas #23, esq. Calle 10, col. San Pedro de los Pinos, CP 01180. Tel. 5272 5056
Sur (Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Coyoacán y Xochimilco): Periférico #5323, col. Isidro Fabela, CP 14030. Tel. 5424 4002

DURANGO
Zaragoza #110 sur, col. Zona Centro, CP 34000, Victoria de Durango. Tel. 825 3327

ESTADO DE MÉXICO
Naucalpan: Avenida 3 #47, entre Avenida de las Torres y Blvd. Toluca, col. Fraccionamiento Industrial Naucalpan, CP 53370. Tel. 5576 6059
Nezahualcóyotl: Cucaracha #293, esq. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, CP 57000. Tel. 5743 5746
Tlalnepantla: Mario Colín #56, col. Centro, CP 54000. Tel. 5390 7539
Toluca: Santos Degollado #103 (enfrente del Cosmovitral), col. Centro, CP 50000. Tel. 215 7070
Ecatepec: Av. Hank González #450, Mza. 44, pasillo 29 (Center Plaza Ecatepec), col. Valle de Anáhuac, CP 55210. Tel. 5774 5006

GUANAJUATO
5 de Mayo #341, col. Obregón, CP 37320, León de los Aldama. Tel. 716 6044
Subdelegación: Av. Guerrero #1385, esq. Fco. Sarabia (a una cuadra del estadio), col. Moderna, CP 36690, Irapuato. Tel. 635 2414

GUERRERO
Av. Costera Miguel Alemán #304, col. Centro, CP 39300, Acapulco de Juárez. Tel. 483 1558
Subdelegación: Av. Vicente Guerrero #112, col. Centro, CP 40000, Iguala de la Independencia. Tel. 332 7450

HIDALGO
Cuauhtémoc esq. pasaje a la iglesia La Villita #700, col. Revolución, CP 42060, Pachuca. Tel. 714 0636

JALISCO
Marsella #49, 2do piso, Sector Juárez, col. Americana, CP 44160, Guadalajara. Tel. 3615 7383

MICHOACÁN
Blvd. García de León #1908, col. 5 de diciembre, CP 58280, Morelia.Tel. 315 6150

MORELOS
Av. Atlacomulco #76, antes 202, col. Acapantzingo, CP 62440, Cuernavaca. Tel. 314 5918

NAYARIT
Av. México #142 sur, col. Centro, CP 63000, Tepic. Tel. 212 3457

NUEVO LEÓN
Av. Profesor Moisés Sáenz #602, col. Mitras Centro, CP 64460, Monterrey. Tel. 8347 4849

OAXACA
Heroico Colegio Militar #1109, planta alta, col. Reforma, CP 68050, Oaxaca. Tel. 513 4141

PUEBLA
19 Sur #506, desp. 103, col. La Paz, CP 72160, Heroica Puebla de Zaragoza. Tel. 232 6700

QUERÉTARO
Av. Constituyentes #102, Ote. PB, col. Quintas del Márquez, CP 76047, Santiago de Querétaro. Tel. 223 5722

QUINTANA ROO
Av. Coba #9 y 11, Supermanzana 22, frente al Seg. Social), col. Centro, CP 77500, Cancún. Tel. 884 2634
Subdelegación: Av. Juárez por 45 Sur, local #7 (interior Plaza Papagallos), col. Centro, CP 77710, Playa del Carmen. Tel. 803 1261

SAN LUIS POTOSÍ
Librado Rivera #215, col. del Valle, CP 78200, San Luis Potosí. Tel. 841 2500

SINALOA
Blvd. Francisco I. Madero #744 Pte, col. Centro, CP 80000, Culiacán de Rosales. Tel. 712 5848

SONORA
Oaxaca #150 poniente, esq. Escobedo, Edificio San Enrique, col. Centro, CP 83000, Hermosillo. Tel. 213 8620
Subdelegación: Chihuahua #169 Sur, entre Guerrero e Hidalgo, col. Centro, CP 85000, Ciudad Obregón. Tel. 415 2588

TABASCO
Carmen Cadena de Buendía #133, col. Nueva Villahermosa, CP 86070, Villahermosa. Tel. 312 3795

TAMAULIPAS
Juan B. Tijerina #925, col. Centro, CP 87000, Ciudad Victoria. Tel. 312 9471
Subdelegación: Blvd. Morelos #475 esq. Rep. de Argentina, col. Anzalduas, CP 88630, Reynosa. Tel. 922 7769
Subdelegación: Av. Hidalgo #5004, primer piso, Local 1, col. Sierra Morena, CP 89210, Tampico. Tel. 213 2432

TLAXCALA
Calle 33 #203, col. Loma Xicohtencatl, CP 90070, Tlaxcala de Xicohtencatl. Tel. 462 7835

VERACRUZ
Av. Salvador Díaz Mirón #2880, esq. Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno, CP 91918, Veracruz. Tel. 100 3894
Subdelegación: Cánovas #2, col. Centro, CP 91000, Xalapa. Tel. 812 4382

YUCATÁN
Calle 49 #479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, CP 97000, Mérida. Tel. 928 5966

ZACATECAS
Fernando Villalpando #214, col. Centro, CP 98000, Zacatecas. Tel. 922 0460

De las páginas de...

PROTEJA

$U DINERO

CONDUSEF
Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

Cosas que has escuchado acerca de...

Cajeros automáticos

¿son ciertas?

1 Cobran distintas comisiones según su ubicación. Las comisiones que cobran los cajeros automáticos varían de acuerdo a la ubicación y al giro comercial donde están instalados, por ejemplo, los que se encuentran en hospitales, hoteles, universidades, aeropuertos, terminales de autobuses, tiendas de autoservicio, gasolineras, casinos, centros de diversión, farmacias y zonas fronterizas, generalmente cobran una comisión mayor que aquellos que se encuentran dentro de una sucursal bancaria.

Realidad

2 Da dinero falso. Aunque es poco probable. Si te llega a pasar, debes realizar la aclaración correspondiente en cualquier sucursal de tu banco, llevar el billete y el comprobante de operación que emitió el cajero. Nadie puede destruir, perforar o marcar una pieza por ser presuntamente falsa, pues la única entidad facultada para realizar un análisis y emitir un resultado sobre su autenticidad o falsedad, es el Banco de México. El cajero del banco marcará el billete con un sello con características establecidas por el Banco de México, y deberá entregarte un recibo a cambio de la pieza. El banco deberá remitir al Banco de México el billete en un plazo no mayor de un día hábil, las piezas a analizar.

Realidad

3 Sólo sirven para sacar dinero. En los cajeros automáticos puedes realizar más operaciones que sólo retirar efectivo. Dependiendo del cajero puedes hacer pagos de servicios como luz, agua, gas natural, televisión por cable, pago de colegiaturas, pagar tu tarjeta de crédito, adquirir tiempo aire para tu celular, comprar boletos de avión, pagar tus impuestos y hasta consultar el estado de cuenta de tu Afore.

Mito

4 No te informan sobre el costo de transacción. A partir de octubre del año pasado, por disposición de Banco de México los cajeros automáticos deben mostrar en sus pantallas después de que selecciones algún servicio y antes de que autorices la operación, el costo total de la misma. Así conoces con oportunidad la comisión que tendrás que pagar y tú decides si continúas con la operación o no.

Mito

Envíanos tus preguntas y comentarios sobre servicios financieros a: educacionfinanciera@condusef.gob.mx

Del D.F. y área metropolitana
53 400 999
de todo el país
01 800 999 80 80

Síguenos por *twitter*: @CondusefMX

www.condusef.gob.mx

CONDUSEF
Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

Educación Financiera
Tu ganancia

¡MANOS A L

¡Tiembla!, pero de gusto. Entre el 1 y 2 de noviembre, los difuntos visi
una bonita ofrenda. Y para darles la bienvenida ponte u

ELEMENTOS MÁGICOS PARA ATRAERLOS

Si quieres que tus parientes te visiten, dicen en el más allá que las almas llegan con más gusto a las casas cuando las ofrendas tienen:

- **Fuente de la vida:** vaso de agua para refrescar el aliento fantasmagórico.
- **Purificante:** la sal es para evitar que su alma se corrompa durante el camino de ida y vuelta.
- **Luz de esperanza:** la flama de las velas y veladoras los guía hacia el que fue su hogar. El número de estas, dependerá de los muertos que quieras recibir.
- **Fragancia de reverencia:** nada como ser recibido en casa por el agradable olor del incienso.
- **Santo pan:** el gollete simboliza los cráneos de enemigos (problemas) que venció el muerto cuando estaba vivo.
- **Viento místico:** el papel picado les recuerda lo que sentían cuando estaban vivos y el viento tocaba su rostro.
- **Pétalos alegres:** flores como el cempasúchil le dan a la ofrenda un toque de alegría que invita a los difuntos a estar contentos.
- **Retrato, ¡ay nanita!:** las fotos hacen recordar a los muertos sus mejores momentos en vida. Eso sí, estas deben colocarse frente a un espejo, para que el difunto no crea que sigue vivo y se quede por siempre en la casa.

OS CONSUMIDORES

LA TUMBA!

os visitarán nuestras casas y una manera de recordarlos es haciendo nte una máscara súper original. **Por Nayarai Sánchez**

RECORTA TU MÁSCARA

UN ROSTRO MONSTRUOSO

Para pedir calaverita o simplemente para jugar en casa, disfrázate con esta calavérica máscara. Solo tienes que recortarla, hacerle dos orificios a los lados y amarrar listones o ligas a estos para que puedas ponértela. Además te damos algunas ideas de cómo adornarla.

PIEDRAS CON UN TOQUE ESPIRITUAL

Antes de comprar muchas calaveras de alfeñique, amaranto, chocolate o hasta de plástico, tienes la opción de hacer tú mismo unas calaveras que nadie espera:

1. Elige las piedras que más tengan parecido con los cráneos humanos.
2. Con pinturas acrílicas de color blanco, negro y morado, ponles ojos, "nariz" y boca.

Fuente Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (cdi.gob.mx)

EL**TURNO**DE→

el Chef Oropeza

Consumidor

Desde los siete años empezó a crear sus primeros platillos. Hoy se ha convertido en un experto de la gastronomía y fundó su propia empresa: Comunicaciones Culinarias.

¿Cómo te describirías como consumidor?
Precavido. Antes de gastar, los pienso más de dos veces.

¿En qué inviertes tu tiempo libre?
Leer, ir al cine y viajar. Adoro viajar a los países asiáticos.

¿Qué es lo que jamás comprarías?
Motocicletas, quizá por los accidentes que suelen ocasionar.

Al comprar los ingredientes de tus platillos, ¿qué es lo que más disfrutas?
Normalmente voy a mercados y disfruto seleccionarlos.

¿Cómo clasificarías a los consumidores mexicanos de restaurantes?
Me parece que existen dos tipos: los que verdaderamente se documentan sobre lo que van a comer y los que están en el proceso de aprender a informarse.

Hay quien considera que comer saludablemente puede ser una carga pesada para el presupuesto familiar...
Comer sano, en sí, no es barato ni caro. Lo que es caro es tirar el dinero en la compra de suplementos alimenticios milagrosos.

Como empresario del ámbito gastronómico, ¿qué es lo que brindas a tus clientes?
Siempre queremos dar lo mejor, por eso contamos con nutriólogos. La cocina no puede estar separada de la buena nutrición.

¿Cuál es la diferencia entre un consumidor responsable y un comensal responsable?
El comprador responsable es aquel que hace una investigación antes de adquirir algún producto. Y el comensal responsable es aquel que se pregunta para qué le sirve lo que va a comer.

↘ DATOS CON SAZÓN

Oficina "verde"
En el estacionamiento de su empresa siembra cebollines.

Buen comensal
Su comida favorita es, por supuesto, la mexicana y la tailandesa.

Foto cortesía chef Oropeza

En sintonía con el consumo inteligente

REVISTA DEL CONSUMIDOR RADIO EN ABC

Todos los martes de 20:00 a 20:30, por el 760 AM de tu radio, tienes una cita con Fernanda Tapia y sus especialistas invitados. Conoce, de manera ágil y amena, los secretos del consumo inteligente y las estrategias para tener una economía familiar sana.

abc
Radio 760 AM
¡Comunicación con sentido!

Foto megilles

Vivir Mejor

revistadelconsumidor.gob.mx

Profeco
35 años contigo

Gobierno Federal

SE

Estados Unidos Mexicanos

Estás a cinco clics de desahogar tu queja

CONCILIANET

concilianet.profeco.gob.mx

Concilianet es la herramienta de **Profeco** para resolver, vía internet, los conflictos que tengas con los proveedores participantes con cero filas, cero espera y cero papel.

Clic 1 Entra a concilianet.profeco.gob.mx y activa una cuenta registrando tu correo electrónico y una contraseña.

Clic 2 Escribe tus datos personales y la información que se te pide para presentar tu queja.

Clic 3 Adjunta los documentos que acreditan tu identidad y tus comprobantes de compra.

Clic 4 Recibe, en un máximo de 5 días hábiles, el correo en el que te informaremos el día y la hora de tu audiencia virtual.

Clic 5 Dialoga con el proveedor, con la intervención de Profeco, en la audiencia virtual conciliatoria para llegar a un acuerdo justo para todos.

Foto Arturo Buitrón

Estos son los 26 proveedores que ya concilian en línea:

hp, AeroMexico, volaris, gasNatural, Office Depot, LG, Sanborns, REDPACK, deRemate.com, telcel, SEARS, Mixup, MaxiGas, mercado libre, Casas GEO, LAN, CFE, SAKS FIFTH AVENUE, Grupo SADASI, Dorian's, mabe, Liverpool, fábricas de francia, Gas Metropolitano, Telecable, Hypercable, vivaaerobus

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
Larga distancia sin costo

Profeco 35 años contigo

Gobierno Federal

SE

Estados Unidos Mexicanos

El PSP se refiere a la posibilidad de integrar, en un solo plato, verduras, cereales, leguminosas o alimentos de origen animal que cumplan con los principios de una dieta equilibrada.

Todos los ingredientes utilizados han sido cuidadosamente cuantificados para asegurar que las preparaciones sean agradables y nutritivas, es decir, que aporten energía, proteínas, vitaminas y minerales.

Además, se usan con moderación alimentos que los expertos en nutrición recomiendan no consumir en grandes cantidades, como azúcares refinados, carne roja, sal y grasas saturadas. Aquí te enseñaremos a preparar platillos nutritivos, económicos, deliciosos, prácticos e imaginativos.

Como primera opción te presentamos un platillo que esta vez no incluye carne. Se trata de unas sabrosas tortitas de arroz y lentejas, que se acompañan de una guarnición de brócoli y coliflor. La combinación de cereales y leguminosas con vegetales representa un aporte adecuado de carbohidratos de alta calidad con minerales y vitaminas que tu familia disfrutará con agrado, tanto por su sabor como por su equilibrio nutritivo.

El siguiente plato es otra de nuestras acertadas y deliciosas opciones para consumir pescado. Incluye hierbas de olor que le dan un gusto refinado y se cocina en un estilo llamado "a la jardinera", que incluye zanahorias, chícharos y papas. Para complementar, una guarnición de arroz. Ahora sí: ¡Muy buen provecho!

El Platillo Sabio Profeco está avalado por la nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco.

CONSUMO SALUDABLE

Profeco

73. TORTITAS DE ARROZ Y LENTEJAS

APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN: Kilocalorías: 622 • Proteínas: 28 g • Grasa: 28 g • Colesterol: 133 mg • Fibra dietética: 5 g

INGREDIENTES (6 RACIONES O 18 TORTITAS):

- 5 tazas de arroz blanco cocinado (240 g en crudo)
- 3 tazas de lentejas cocidas con sal y muy bien escurridas (180 g en crudo)
- 300 g de queso fresco desmoronado
- 3 huevos (165 g)
- 5 cucharadas de harina de trigo (50 g)
- 450 g de ramitos de brócoli cocidos al vapor
- 450 g de ramitos de coliflor cocidos al vapor
- 2 jitomates asados (375 g)
- 1 trozo de cebolla asada (60 g)
- 1 chile serrano (6 g)
- 1 diente de ajo (2 g)
- Aceite (90 ml)
- Sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN:

1. Mezcla el arroz con las lentejas, el queso y los huevos previamente batidos. Salpimienta al gusto. Forma las tortitas y pásalas por la harina, sacude el exceso.
2. En una sartén, calienta el aceite y dora las tortitas por ambos lados. Escurre el exceso de aceite sobre papel absorbente.
3. Licua los jitomates, cebolla, ajo y chile para preparar la salsa. Calienta sin grasa y sazona al gusto.
4. Sirve las tortitas bañadas con la salsa y acompaña con una ensalada de brócoli y coliflor, aderezados con un poquito de vinagre, sal y pimienta.

Recomendación: utiliza suficiente aceite para una fritura profunda, así evitarás que las tortitas absorban demasiada grasa.

74. PESCADO A LA JARDINERA

APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN: Kilocalorías: 511 • Proteínas: 29 g • Grasa: 15 g • Colesterol: 59 mg • Fibra dietética: 4 g

INGREDIENTES (6 RACIONES):

- 6 filetes de pescado (700 g)
- 600 g de papitas cambray partidas a la mitad
- 240 g de arroz
- 3 cucharadas de harina (30 g)
- 2 zanahorias (200 g) en cubos
- 1 taza de chícharos (150 g)
- 1 trozo de cebolla (30 g)
- 2 cucharadas de perejil (10 g), finamente picado
- 2 dientes de ajo (4 g)
- 1 ramita de tomillo (3 g)
- 1 hojita de laurel (1 g)
- 2 ½ tazas de agua
- ½ taza de vino blanco (125 ml). Opcional
- 3 cucharadas de mantequilla (30 g)
- 3 cucharadas de aceite (30 ml)
- Sal y pimienta al gusto

PREPARACIÓN:

1. En una sartén extendida, lleva a ebullición el agua con el vino, laurel, tomillo, un diente de ajo, sal y pimienta. Cuando suelte el hervor introduce los filetes uno a uno y déjalos cocer a fuego medio. Retíralos de la sartén y acomódalos en un refractario.
2. En el mismo líquido de cocción cuece las papitas con todo y cáscara, las zanahorias y los chícharos. Una vez que se han cocido las verduras, cuela el caldo de cocción y resérvalo. Coloca los vegetales sobre el pescado.
3. Aparte, derrite la mantequilla, agrega la harina y cuece durante un minuto sin dejar de mover.
4. Añade el caldo colado, sazona y cocina a fuego medio hasta que espese.
5. Vierte la salsa que acabas de hacer sobre los vegetales y el pescado. Espolvorea el perejil picado y calienta en el horno al momento de servir.
6. Prepara el arroz blanco con la cebolla, un diente de ajo y 3 cucharadas de aceite.
7. Sirve el pescado bien caliente acompañado con una porción de arroz.

Sana zanahoria
Esta raíz contiene azúcares, es una fuente rica en carotenos (vitamina A) y aporta minerales como yodo y potasio.

Fotos Armando Rodríguez. **Estilismo culinario** Nelly Güereña

SUSCRÍBETE AHORA

$250

12 NÚMEROS POR EL PRECIO DE 10

CORRESPONDENCIA CON PORTE POR COBRAR
SOLAMENTE SERVICIO NACIONAL

REGISTRO POSTAL
RESPUESTAS
RP09-0278
AUTORIZADO
POR SEPOMEX

No necesita estampillas
Depositar en cualquier buzón

RESPUESTAS A
PROMOCIONES
COMERCIALES

REVISTA DEL **CONSUMIDOR**

Administración Postal núm. 40, CP 06140, México, DF

Renovación de suscripción

Suscripción nueva

Llenar con letra de molde

Nombre: _____

Dirección: _____

_____

Colonia: _____

Delegación o municipio: _____

Estado: _____ **CP:** _____

Teléfono: _____

Formas de pago

Correo: envía este cupón con giro inmediato a nombre de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Fax: envía este cupón con tus datos completos y las referencias de tu tarjeta de crédito a los teléfonos **5553 0574** o **5516 6612.**

Teléfono: llama al **01 800 468 8722** lada sin costo desde cualquier otro lugar de la República, para pagos con tarjeta de crédito Visa o Mastercard.

Depósito interbancario: llama al **5516 6612** o **5212 0468**, desde el DF y zona metropolitana, o al **01 800 468 8722**, larga distancia sin costo, para solicitar línea de captura, referencia y convenio.

Multipagos: entra a pagos.profeco.gob.mx, regístrate, llena el formulario, selecciona el servicio y obtén tu suscripción.

Delegaciones: busca en la página **12** tu delegación Profeco más cercana, visítala y suscríbete.

Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

Si no recibes a tiempo tu revista, escríbenos a circulacion@profeco.gob.mx o llama a nuestro departamento de suscripciones a los teléfonos: 5516 6612, 5516 6939 y 5212 0468